



# COMMERCIO E CITTÀ

G. LIMONTA - M. PARIS / DESCRIVERE E MONITORARE IL COMMERCIO URBANO

L. TAMINI / COMMERCIO E CITTÀ: TEMI E SCENARI EVOLUTIVI

S. NATALICCHIO / FORMAT COMMERCIALI DI INTERESSE PER  
IL MERCATO IMMOBILIARE ITALIANO: I RETAIL PARK

A. SERAVALLI - L. AMADIO / UN ATLANTE PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE





UDM / N 4 DICEMBRE 2016

# SOMMARIO

IN QUESTO NUMERO



## COMMERCIO E CITTÀ

Editoriale - A. Seravalli - <i>A ricordo del Dott. Onorio Zappi</i> .....	3
Arte e dintorni .....	5
Bandi e news .....	8
G. Limonta / M. Paris - <i>Descrivere e monitorare il commercio urbano</i> .....	11
L. Tamini - <i>Commercio e città: temi e scenari evolutivi</i> .....	19
S. Natalicchio - <i>Format commerciali di interesse per il mercato immobiliare italiano: i retail park</i> .....	28
A. Seravalli / L. Amadio - <i>Un atlante per la grande distribuzione</i> .....	31
Save the date .....	55

ALESSANDRO  
SERAVALLI

ARCHITETTO E  
URBANISTA, PRESIDENTE  
DI SISTER SRL E  
FONDATORE  
DIRETTORE DI  
GEOSMART LAB.

DI ALESSANDRO SERAVALLI

# A RICORDO DEL DOTT. ONORIO ZAPPI

**}}** Concludiamo l'anno 2016 con un numero dedicato al Commercio nelle città intendendo così ricordare la persona del dott. Onorio Zappi venuto a mancare l'estate scorsa. Per chi come noi ha avuto il privilegio di lavorarci assieme e di essere introdotti nella disciplina del commercio e dell'urbanistica commerciale è doveroso un ringraziamento pubblico che trova anche in questo canale un breve ricordo e un momento di riflessione su temi a lui cari.

Il dott. Zappi, statistico di formazione, ha lavorato inizialmente in Comune a Imola per poi approdare in Regione Emilia-Romagna proprio come dirigente nel settore del commercio. Successivamente ha ideato e diretto il portale della distribuzione commerciale [www.infocommercio.it](http://www.infocommercio.it) di cui ha seguito, direi fino all'ultimo, i contenuti contribuendo con articoli, parere e consigli.

Attento osservatore sempre aggiornato delle dinamiche commerciali, molto conosciuto tra gli operatori del settore, ha per diverso tempo collaborato con il gruppo del dipartimento URBCOM del politecnico di Milano.

Riservato, amante della cultura (ricordo soprattutto la passione per la musica e la filosofia), seguiva le vicende locali, nazionali e internazionali con quella sottile intelligenza che accomuna la sua generazione: l'intelligenza di legare le cose, di andare a fondo, con quella curiosità che permette di comprenderle e di non cadere nella scontatezza.

È stato pertanto naturale a seguito della proposta di fare un numero sul commercio e le città, ricevere disponibilità dai diversi autori interpellati con i quali è in corso anche l'ipotesi di realizzare un seminario nel 2017 più approfondito sul contributo di Onorio Zappi sulla disciplina e sulla legislazione commerciale.



“

**IL NESSO TRA  
ATTIVITÀ  
COMMERCIALE E  
SPAZIO URBANO  
DEFINISCE LA  
STORIA STESSA  
DELLA CIVILTÀ  
URBANA.**

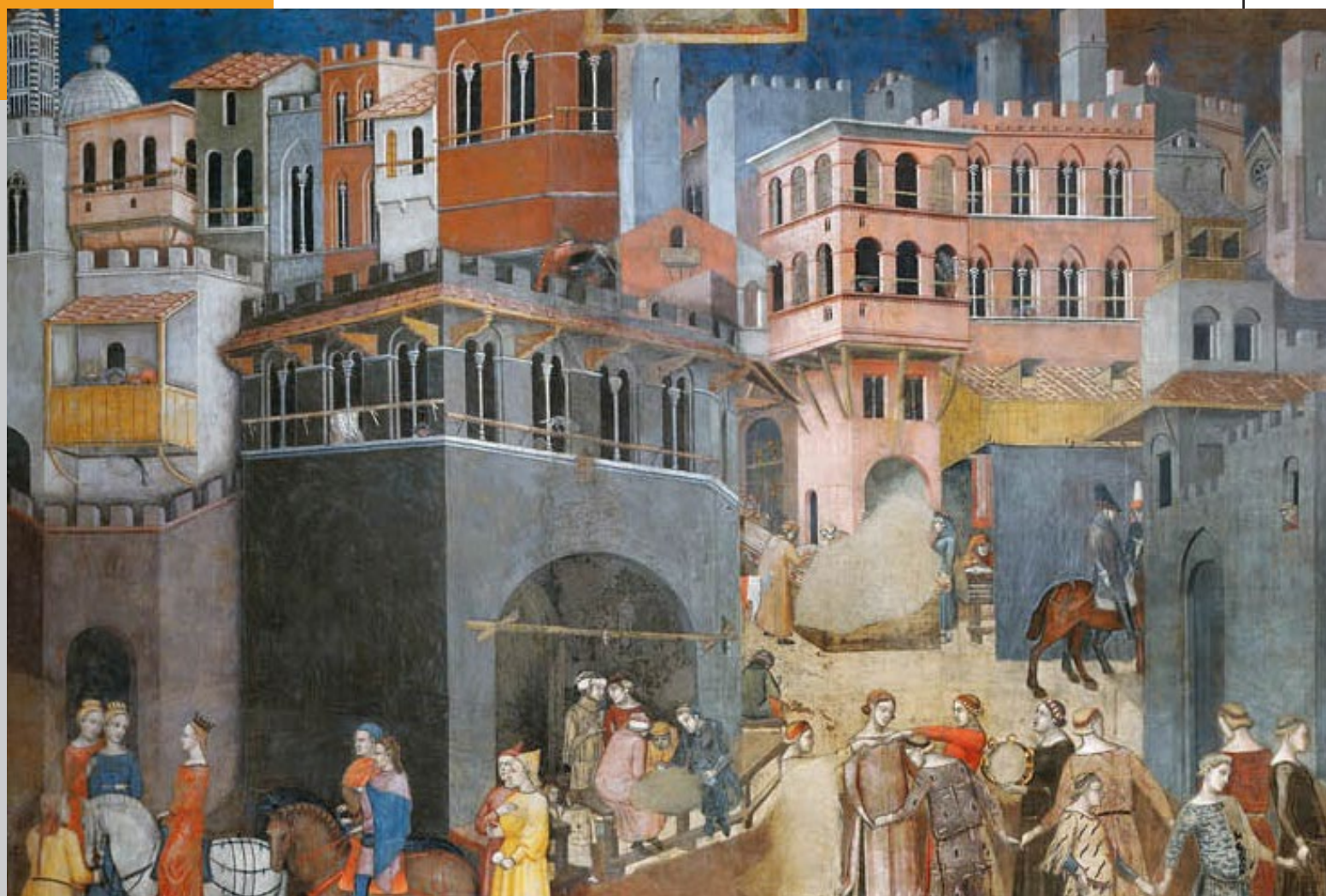
Esiste un legame importante tra commercio e città. Il nesso tra attività commerciale e spazio urbano definisce la storia stessa della civiltà urbana. Senza il commercio o le cosiddette “vie commerciali” molte aree anche del nostro paese non avrebbero avuto sviluppo. Basti ricordare lo sviluppo urbano nel Medioevo oppure il ruolo dei mercanti italiani e fiamminghi e alle diverse vie della seta attraverso Asia ed Europa, oppure alle carovane dei deserti.

È stata la prospettiva di aprire nuove rotte commerciali a far intraprendere a Stati e navigatori imprese storiche (si pensi agli spagnoli, portoghesi, olandesi, inglesi, ecc.).

Il commercio ha a che fare con la vita, è estremamente antropologico perché

impone la relazione e lo scambio tra uomini, impone una società che con il suo evolversi nella storia assume una connotazione via via più urbana (i mercati prima, poi le vie dello shopping fino alle polarità commerciali, centri e parchi commerciali, artificiali e naturali) che oggi risente sempre più degli sviluppi delle tecnologie dell'informazione e comunicazione (ecommerce, social, citysensing, ecc.) che impongono approcci, monitoraggi, analisi e normative adeguate.

Il presente numero di UDMagazine intende riportare con un taglio divulgativo, esperienze e analisi portate avanti dai rispettivi autori con la convinzione che tali ricerche avrebbero trovato un commento positivo da parte di Onorio Zappi.



**A. LORENZETTI, ALLEGORIA ED EFFETTI DEL BUONO E DEL CATTIVO GOVERNO, PARTICOLARE, PALAZZO PUBBLICO DI SIENA, 1339**



La rubrica di  
UDM sugli  
appuntamento  
da non  
perdere

# ARTE E DINTORNI



**JEAN-MICHEL  
BASQUIAT**

**MILANO - MUDEC / FINO AL  
26 FEBBRAIO 2017**

Con quasi 100 opere provenienti da collezioni private, la mostra attraversa la breve ma intensa carriera di Basquiat, che si è conclusa con la morte prematura all'età di soli ventisette anni.

In modo diretto e apparentemente infantile Basquiat è stato in grado di portare all'attenzione del grande pubblico tematiche essenziali sull'identità umana e sulla questione dolorosa e aperta della razza.

## INFO UTILI

### Orari

Lun 14.30-19.30  
Mar-Mer e Ven-Dom 9.30-19.30  
Gio e Sab 9.30-22.30

### Prezzo

Intero € 12, ridotto € 8-10

<http://www.mudec.it/ita/jean-michel-basquiat/>



**PICASSO  
L'INTIMITÀ DEL GENIO**

**CAMPOBASSO - PALAZZO GIL / FINO AL 17 APRILE 2017**

Un'eccezionale mostra di ceramiche e grafiche di Picasso, con circa 200 opere in mostra. Un Picasso inedito, sorprendente, intimo. La mostra in arrivo a Campobasso celebrerà il più grande artista del Novecento attraverso un'incredibile quantità di opere provenienti da collezioni private: grafiche, incisioni e ceramiche del fondatore del cubismo, in un'esposizione che forse si può considerare la più prestigiosa che il Molise abbia mai ospitato.

## INFO UTILI

### Prezzo

Intero € 10  
Ridotto € 6

<http://www.fondazionecultura.it/?q=node/1275>





## ENNIO MORLOTTI. DALLA COLLEZIONE MERLINI AL MUSEO MORANDI

**BOLOGNA - MUSEO MORANDI /  
FINO ALL'8 GENNAIO 2017**

La notevole qualità dei dipinti e dei pastelli di Morlotti in mostra consente di ripercorrere tutti i momenti salienti dell'attività dell'artista, a partire dagli esordi sulla scena milanese dei primi anni Quaranta, documentati in particolare da una rara *Natura morta* ascrivibile al 1942: un tempo in cui, da precoce protagonista del vivace ambiente artistico cittadino, Morlotti individua appunto in Morandi un riferimento e un modello. Attraverso le opere esposte si seguirà l'evoluzione di Morlotti, che rielabora e assorbe gradualmente la pittura di Morandi entro uno stile proprio e autonomo.

### INFO UTILI

Prenotare telefonando al numero 051 6496611  
(le prenotazioni si accettano fino alle h 13.00 del  
mercoledì precedente la visita).

Ingresso gratuito



## LUCIENNE BLOCH DENTRO LA VITA DI FRIDA KAHLO

**BOLOGNA - ONO ARTE CONTEMPORANEA /  
FINO AL 26 FEBBRAIO 2017**

L'amore, la politica e l'arte. Le foto di Lucienne raccontano tutto questo, in modo candido e ravvicinato: Frida sorridente alla mattina, Frida che bacia Diego, Frida che scherza di fronte all'obiettivo. Sono molti i punti che le legano: entrambe artiste, entrambe libere da ogni tipo di briglia sociale, entrambe forti e determinate. Lucienne Bloch, attraverso queste immagini, ci offre l'opportunità di cogliere la vera essenza della Kahlo, quella che solo un rapporto così intimo era in grado di far emergere.

### INFO UTILI

<http://www.onoarte.com/upcoming-exhibition.php>



## VOLTI. RITRATTI IN ROMAGNA DAL PRIMO NOVECENTO AD OGGI

**FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO - IMOLA /  
FINO AL 5 FEBBRAIO**

Da Federico Fellini ad Adolfo Wildt, da Dario Fo a Bertozzi & Casoni, da Gabriele D'Annunzio ad Alberto Sughì: ritratti d'artista, ritratti di personaggi celebri. Settanta i volti, celebri e non, che formano uno spaccato inedito dell'arte dell'ultimo secolo, tra pittura, scultura, fotografia, disegno e ceramica. Inaugura il primo dicembre a Imola la mostra: *VOLTI. Ritratti in Romagna dal primo Novecento ad oggi*, negli spazi espositivi della Fondazione Cassa di Risparmio di Imola fino al 5 febbraio 2017.

### INFO UTILI

#### Orari

Mar e Gio, Sab e Dom 10-12/ 16-19  
Mer e Ven 16-19

#### Prezzi

Ingresso Libero

<http://www.mostrefondazioneimola.it/>





## CITY LEGO®. LA PIÙ GRANDE CITTÀ AL MONDO COSTRUITA CON I LEGO

**ROMA - GUIDO RENI DISTRICT /  
FINO AL 29 GENNAIO 2017**

La più grande città al mondo costruita con i Lego: 7 milioni dei famosi mattoncini LEGO® nella sorprendente riproduzione di una città unica al mondo con tutti i suoi dettagli, irripetibile nel suo genere e per la prima volta presentata nella sua versione integrale nella Capitale, mettendo in scena un incredibile estro creativo. Un incredibile progetto che prende il nome di City Booming e che, con la meticolosa precisione nella realizzazione veritiera di ogni angolo di vita, racconta la magia scatenata dai mattoncini più famosi al mondo, riproducendo un'intera "città fantastica" in ogni minimo dettaglio.

### INFO UTILI

#### Prezzo

Intero: intero € 9,50

Ridotto: € 4 / € 6

#### Info

<http://www.romeguide.it/?pag=mostre&lang=it&tmo=&idmos=6449#hingresso>



## CARAVAGGIO E IL MAESTRO DI HARTFORD: L'ORIGINE DELLA NATURA MORTA IN ITALIA

**ROMA - GALLERIA BORGHESI /  
FINO AL 19 FEBBRAIO 2017**

L'esposizione prosegue l'opera di valorizzazione del patrimonio artistico, permettendo di analizzare le origini della natura morta italiana nel contesto romano della fine del XVI secolo, seguendo i successivi sviluppi della pittura caravaggesca dell'inizio del '600. La mostra sarà curata da Anna Coliva, storica dell'arte e direttrice della Galleria Borghese e da Davide Dotti, critico d'arte che si occupa di barocco italiano.

### INFO UTILI

#### Prezzo

Intero: 13 €

Ridotto: 6,50 €

#### Info

<http://galleriaborghese.beniculturali.it/>



## PIETRO PAOLO RUBENS E LA NASCITA DEL BAROCCO

**MILANO - PALAZZO REALE /  
FINO AL 26 FEBBRAIO 2017**

La mostra ha come protagonista Pietro Paolo Rubens (Siegen 1577 – Anversa 1640), artista famoso e di centrale importanza per la storia dell'arte europea, ma ancora poco o parzialmente conosciuto in Italia, spesso considerato semplicemente "fiammingo", nonostante il suo soggiorno nella penisola dal 1600 al 1608 lasci un segno indelebile nella sua pittura, che rimarrà vitale in tutta la sua vasta produzione artistica.

### INFO UTILI

#### Orari

Aperto tutti i giorni. Il lunedì apre dalle 14.30 alle 19.30

#### Info

<http://www.mostrarubens.it/>

INFORMAZIONI  
UTILI,  
NOTIZIE, BANDI  
PUBBLICI E  
PRIVATI

# BANDI E NEWS

PUBBLICO

## » INAIL BANDO BRIC 2016

Destinatari delle collaborazioni: enti di ricerca pubblici e i relativi dipartimenti dotati di autonomia gestionale, istituti di ricovero e cura a carattere scientifico, università e dipartimenti universitari. Le risorse finanziarie: per l'attivazione del sistema di collaborazioni è previsto un finanziamento, per l'esercizio 2016, pari ad € 9.260.400,00 a valere sulle risorse stanziare per la Missione ricerca nel bilancio di previsione dell'Inail. Presentazione delle proposte: le proposte progettuali dovranno essere presentate a firma del rappresentante legale dei destinatari istituzionali o di un suo delegato compilando il modulo di domanda di cui all'allegato 2 ed inviate, tramite posta elettronica certificata (Pec), all'indirizzo e-mail [bandobric@postacert.inail.it](mailto:bandobric@postacert.inail.it) entro e non oltre le ore 24 di lunedì 16 gennaio 2017.

<https://www.inail.it/cs/internet/attivita/prevenzione-e-sicurezza/agevolazioni-e-finanziamenti/finanziamenti-per-la-ricerca/bando-bric-2016.html>

## » PREMIO EDISON PULSE

Edison intende supportare l'innovazione, il cambiamento e la crescita delle migliori realtà imprenditoriali in tutta Italia. Per questo, nel 2013 Edison ha lanciato un'iniziativa dedicata allo sviluppo e alla crescita delle startup. Giunto alla quarta edizione, il Premio Edison Pulse ha visto finora la partecipazione di oltre 1.400 progetti tra start up, organizzazioni non profit, centri di ricerca e studenti. Edison ha finanziato 7 startup e un progetto sociale erogando complessivamente 700mila euro in finanziamenti diretti oltreché programmi mirati di incubazione e supporto. La Giuria di Pulse è composta da rappresentanti esterni (banche, venture capital, rappresentanti settori tecnologici, influencer) ed esperti di Edison.

<http://www.edisonpulse.it/>

PRIVATO



PUBBLICO



## EMILIA-ROMAGNA: BANDI AGRICOLTURA, FINO A 60MILA EURO A FONDO PERDUTO DA INVESTIRE NEL SETTORE AGRICOLO

Il bando approvato con delibera di Giunta regionale n. 1675 del 17 ottobre 2016 è finalizzato alla promozione e all'accrescimento dell'attrattività turistica e culturale e della domanda di fruizione del territorio, tramite la riqualificazione innovativa delle imprese turistiche, commerciali e culturali e l'offerta di nuovi servizi/prodotti innovativi.

Pubblicato il: 21/10/2016 | Scadenza termini partecipazione: 28/02/2017.

<http://imprese.regione.emilia-romagna.it/Finanziamenti/turismo/progetti-per-lattrattivita-turistico-culturale>

NEWS



## CATASTO DELLE INFRASTRUTTURE

Il catasto del sotto e sopra suolo, così come concepito secondo il principio del “digital first”, è prima di tutto uno strumento di coordinamento e trasparenza per la nuova strategia per la banda ultralarga. Il catasto, dunque, non si limita solo a favorire la condivisione delle infrastrutture mediante una gestione ordinata del sotto e sopra suolo e dei relativi interventi, ma diventa il cruscotto che gestisce con efficienza e monitora tutti gli interventi descritti. Abilitando tre diversi tipi di accesso – cittadini, enti gestori delle strade, operatori del sopra e sottosuolo – sarà possibile gestire una comunicazione a tre livelli che metta a disposizione, in formato aperto, tutte le informazioni utili.

<http://www.infratelitalia.it/piani-nazionali-e-regionali/catasto-delle-infrastrutture/>

9



## BANDO INDUSTRIALE 2017 SULLA BASE DELL'ACCORDO DI COOPERAZIONE SCIENTIFICA, TECNOLOGICA E INDUSTRIALE ITALIA-ISRAELE

Bando per la raccolta di progetti congiunti di ricerca per l'anno 2017, sulla base dell'Accordo di Cooperazione nel campo della Ricerca e dello Sviluppo Industriale, Scientifico e Tecnologico tra Italia e Israele.

Nell'ambito delle attività previste dall'Accordo di Cooperazione nel Campo della Ricerca e dello Sviluppo Industriale, Scientifico e Tecnologico tra Italia e Israele, la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese – Unità per la Cooperazione Scientifica e tecnologica del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale per la Parte italiana, e l'ISERD, in rappresentanza dell'Office of the Chief Scientist (OCS) del Ministero dell'Economia per la Parte israeliana, intendono avviare le procedure previste per la selezione di progetti ammissibili di sostegno finanziario disciplinato dall'Art. 4 dell'Accordo.

Si richiede la presentazione di progetti congiunti di ricerca italo-israeliani, nelle aree di ricerca contemplate nell'Art. 2 dell'Accordo, entro il 16 Gennaio 2017.

[http://first.aster.it/\\_aster\\_/viewNews?ID=36653](http://first.aster.it/_aster_/viewNews?ID=36653)

PUBBLICO

Autodromo Internazionale  
Enzo e Dino Ferrari

Via Fratelli Rosselli  
40026 Imola

# GeoSMART LAB

**GeoSmart Lab**

Laboratorio delle Scienze e Tecnologie  
Geografiche e delle Smart Cities

GeoSmart LAB è un laboratorio accreditato alla  
Rete Alta Tecnologia della Regione Emilia Romagna



info@geosmartlab.org  
+39 0542 364044



GIORGIO  
LIMONTA

MARIO  
PARIS

RICERCATORI PRESSO  
IL LABORATORIO  
URB&COM DEL  
POLITECNICO DI MI-  
LANO.

DI GIORGIO LIMONTA  
E MARIO PARIS

# DESCRIVERE E MONITORARE IL COMMERCIO URBANO

Ricerca sviluppata su incarico del DUC di Bergamo al  
Dipartimento di Architettura e Studi Urbani del Politecnico  
di Milano



## UNA PREMESSA

Una recente esperienza di ricerca realizzata dal Laboratorio URB&COM del Politecnico di Milano sull'ambito delle polarità distrettuali del Distretto Urbano del Commercio di Bergamo è l'opportunità per riflettere sui metodi di indagine e descrizione dei sistemi commerciali urbani. La sperimentazione, avviata in collaborazione con gli operatori interessati, prevede un loro coinvolgimento attivo nell'aggiornamento delle informazioni relative alla geografia delle attività insediate, così da poter dotare il DUC di uno strumento utile ed efficace nel supporto alle strategie di rafforzamento del sistema d'offerta e nelle azioni di rilancio dei locali commerciali dismessi o sottoutilizzati.

Il presente articolo racconta di una esperienza recente di ricerca che è stata sviluppata su incarico del DUC di Berga-

mo al Dipartimento di Architettura e Studi Urbani del Politecnico di Milano nell'ambito di una convenzione stipulata nel corso del 2016.

Sulla scorta dei criteri individuati dalla Giunta Regionale lombarda nell'ambito delle politiche per il sostegno al settore del commercio, il Comune di Bergamo ha attivato nel 2008 un Distretto Urbano del Commercio (DUC)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Per un approfondimento sui Distretti del Commercio in Lombardia si consulti la pagina: [http://www.sviluppoeconomico.regione.lombardia.it/cs/Satellite?c=Page&childpage= DG\\_Commercio%2FDGLayout&c id=1213566055412&p=1213566055412&pagename=DG\\_COMMWrapper](http://www.sviluppoeconomico.regione.lombardia.it/cs/Satellite?c=Page&childpage= DG_Commercio%2FDGLayout&c id=1213566055412&p=1213566055412&pagename=DG_COMMWrapper)

“

**E CARTOGRAFIE E I MATERIALI ANALITICI PRODOTTI DOVEVANO SERVIRE COME BASE CONOSCITIVA A SUPPORTO DELLE STRATEGIE DI QUALIFICAZIONE DEL DISTRETTO NEL SUO COMPLESSO.**

Si tratta di un ambito territoriale spazialmente definito entro il quale attivare iniziative per l'innovazione, la valorizzazione e l'integrazione del commercio. Nelle intenzioni del legislatore, l'obiettivo dei DUC è quello di accrescere l'attrattività dei sistemi commerciali locali, di rigenerare il tessuto urbano e di sostenere la competitività delle polarità commerciali insediate nel territorio (art. 5, L.r. 6/2010).

L'interesse di quest'esperienza è legato al ruolo che il DUC di Bergamo riveste nell'elaborazione di strategie ed azioni a livello locale e nella sua partecipazione in qualità di partner nei tavoli decisionali legati alla valorizzazione dell'attrattività urbana e in qualità di leader o promotore ad azioni legate a progetti pilota ed iniziative regionali<sup>2</sup>.

Con il decreto 3293 del 14/04/2016, Regione Lombardia<sup>3</sup> ha riconosciuto l'ampliamento del DUC di Bergamo per cui, insieme all'ambito della città bassa, già ricompreso e denominato "Centro", sono state aggiunte le tre polarità di "Borgo Palazzo", "Santa Caterina-Pignolo" e "Città Alta". In seguito, la cabina di regia del Distretto ha manifestato la necessità di effettuare uno studio ricognitivo sulla distribuzione spaziale delle attività economiche insediate e, attraverso una lettura interpretativa, sulla loro tendenza a creare sistemi urbani di offerta che riguardano sia le attività commerciali che quelle ad esse integrate (esercizi di somministrazione, artigianato, terziario direzionale, ecc.). Le cartografie e i materiali analitici prodotti dovevano servire come base conoscitiva a supporto delle strategie di qualificazione del distretto nel suo complesso, delle politiche di consolidamento per l'offerta insediata nelle polarità e per le azioni di rilancio che dovrebbero agire

<sup>2</sup> Per esempio, si vedano le recenti iniziative promosse dalla Regione Lombardia "Fare impresa in franchising in Lombardia" e "Sto@ 2020 - Successful Shops in Town-centers through Traders, Owners & Arts Alliance": contributi per interventi di innovazione a sostegno e rilancio delle attività del commercio in aree urbane attraverso il recupero di spazi sfitti".

in particolare sui locali commerciali sfitti. Tale obiettivo presuppone un percorso di ricerca che prevede la raccolta e l'analisi di dati complessi, per il quale si rende necessario il ricorso all'approccio multidisciplinare ed alle innovative metodologie di indagine conoscitiva elaborate nell'ambito del Laboratorio URB&COM<sup>4</sup> in alcune recenti esperienze di ricerca redatte o in fase di completamento (Si ricorda in particolare i Comuni di Parma, 2016; Giussano, 2011 e Milano, 2016, 2014 e 2008).

In questo articolo sono raccolti alcuni risultati del lavoro realizzato nell'ambito del DUC di Bergamo, grazie al quale è stato possibile: (i) individuare le caratteristiche quali/quantitative del commercio urbano presente nel contesto delle quattro polarità distrettuali, attraverso un'attività di rilievo diretto sul campo delle attività economiche localizzate ai piani terra e (ii) definire un sistema di monitoraggio della geografia dell'offerta commerciale basato su sistemi VGI (Volunteer Geographic Information) da implementare in stretta collaborazione con il SIT del Comune di Bergamo attraverso il linguaggio informativo codificato da OpenStreetMap (OSM).

<sup>3</sup> Decreto 3293 del 14/04/2016, avente come oggetto la modificazione del distretto urbano del commercio di Bergamo ai sensi del paragrafo 4 della D.g.r. 28 ottobre 2009 n. 10397.

<sup>4</sup> Il laboratorio URB&COM è, ad oggi, l'unica struttura a livello accademico nazionale che si occupa delle relazioni tra urbanistica e commercio con competenze tecnico-scientifiche riconducibili alla disciplina urbanistica e a quella geografico-economica, con un forte orientamento all'integrazione tra formazione didattica e attività di ricerca di base e applicata. Le attività di ricerca e consulenza, coordinate dal Prof. Luca Tamini e sviluppate dagli autori del presente articolo, riguardano la sperimentazione di metodi di indagine conoscitiva e di raccolta di dati, e la redazione di strumenti di indirizzo strategico, di dispositivi di regolazione pubblica dei servizi commerciali urbani e delle attività integrate e di criteri urbanistici per integrazione delle politiche insediative di tali servizi e attività nei processi di governo del territorio. Per un approfondimento sui temi e le attività del laboratorio è utile visitare il sito internet: <http://www.urbecom.polimi.it/>





## DESCRIVERE IL COMMERCIO URBANO INSEDIATO NELLE POLARITÀ DISTRETTUALI

La descrizione della geografia del commercio all'interno delle polarità distrettuali del DUC di Bergamo prende avvio da una campagna di rilievo effettuata in due fasi (febbraio e giugno 2016), attraverso cui sono state individuate le attività commerciali insediate e, su di esse, si è basato il lavoro di studio e classificazione considerando, in particolare, le novità introdotte dal Decreto legislativo 114/98 e le successive normative regionali in materia di commercio. A questo proposito, precedenti esperienze di ricerca effettuate hanno evidenziato quanto sia riduttivo ai fini conoscitivi ricondurre le questioni commerciali esclusivamente alle attività che rientrano nella definizione giuridica di commercio al dettaglio. Per questo all'interno del rilievo si è deciso di considerare tutto il sistema delle attività insediate ai piani terra, nella sua accezione più ampia, includendo anche i locali sfitti e quelli in fase di ristrutturazione. Normalmente la spazializzazione delle autorizzazioni delle attività commerciali avviene attraverso la mappatura dei numeri civici (geocoding). Tale procedura è sicuramente efficace ma comporta delle problematiche:

1. il dettaglio della mappatura delle attività dipende strettamente dalla capacità dei

civici di descrivere l'articolazione degli usi ai piani terra degli edifici (organizzazione e articolazione dei numeri civici sul territorio comunale);

2. è possibile che a una singola attività commerciale corrispondano più autorizzazioni comunali (ad esempio per un bar oltre all'autorizzazione per l'esercizio di somministrazione di alimenti e bevande può essere stata rilasciata un'autorizzazione di commercio al dettaglio per la vendita di prodotti confezionati);

3. l'Ufficio Commercio del comune non rilascia alcuna autorizzazione (e dunque non monitora) per le attività cosiddette "terziarie direzionali" presenti ai piani terra degli edifici (ad esempio agenzie immobiliari, banche, assicurazioni, spazi di coworking, etc.);

4. l'Ufficio Commercio non sempre riesce a monitorare le dismissioni e le chiusure delle attività commerciali.

Solo la modalità di raccolta dati tramite rilievo sul campo permette una completa osservazione della complessità delle attività a rilevanza commerciale necessarie a restituire indicatori realmente efficaci descriventi le dinamiche in atto, utili anche all'attivazione e al monitoraggio delle politiche regionali a sostegno dei sistemi commerciali locali.



**PRECEDENTI  
ESPERIENZE DI  
RICERCA EFFETTUATE  
HANNO EVIDEN-  
ZIATO QUANTO SIA  
RIDUTTIVO AI FINI  
CONOSCITIVI RICON-  
DURRE LE QUESTIONI  
COMMERCIALI  
ESCLUSIVAMENTE  
ALLE ATTIVITÀ CHE  
RIENTRANO NELLA  
DEFINIZIONE GIURIDI-  
CA DI COMMERCIO AL  
DETTAGLIO.**

**IL DUC DI BERGAMO:  
CONSISTENZA DELLE  
ATTIVITÀ ECONOMICHE AI  
PIANI TERRA**

MACROCATEGORIA	DUC DI BERGAMO	
	CONSISTENZA	%
ATTIVITÀ DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO E ALL'INGROSSO	880	38,5%
ATTIVITÀ ARTIGIANALI	350	15,3%
INTRATTENIMENTO E SVAGO	9	0,4%
ATTIVITÀ DI INTERESSE CULTURALE	4	0,2%
RICETTIVO	18	0,8%
ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE	292	12,8%
TERZIARIO DIREZIONALE	356	15,6%
DISTRIBUTORI AUTOMATICI	10	0,4%
LOCALI SFITTI	343	15,0%
RISTRUTTURAZIONE - PROSSIMA APERTURA	23	1,0%
<b>TOTALE ATTIVITÀ MAPPATE</b>	<b>2.285</b>	

Questa modalità di indagine permette inoltre di evidenziare la distribuzione spaziale di queste attività e di definirne le geografie. Letture disaggregate e cambi di scala permettono inoltre di definire gli effetti generati dall'interazione spaziale delle attività commerciali con gli elementi territoriali e le altre attività economiche. In particolare sono stati studiati i fenomeni di sinergia e asinergia che determinano la formazione o meno di sistemi aggregativi spontanei o, di contro, ne ostacolano la formazione o ne indeboliscono la struttura.

## }} UTILITÀ DEL MONITORAGGIO DELLA GEOGRAFIA DELL'OFFERTA COMMERCIALE E RUOLO DEI SISTEMI VGI

La criticità informativa di qualsiasi processo di mappatura ed analisi delle attività commerciali sta nel monitoraggio costante dell'evoluzione del fenomeno della dismissione commerciale utili alla valutazione dell'efficacia delle politiche avviate. Per questo è necessario non solo provvedere al rilievo, alla digitalizzazione ed alla georeferenziazione dei dati relativi alle attività ai piani terra ma anche al mantenimento della mole informativa rilevata e restituita e al suo costante aggiornamento. Le attività commerciali sono infatti soggette, più di altre tipologie di attività,

a processi continui di mutamento quali chiusure, subingressi, cambi di gestione, accorpamenti, modifiche merceologiche, cambi di insegna, cambi di orario di apertura. Il gruppo di lavoro del Laboratorio URB&COM sperimenta nuovi approcci al tema della costruzione di spatial knowledge (Limonta & Paris, 2016; Paris & De las Rivas, 2016) come supporto delle politiche attive e delle azioni avviate da decisori pubblici ed enti locali. Per avviare un monitoraggio efficace della geografia dell'offerta commerciale nell'ambito del sistema integrato di offerta del DUC, il laboratorio URB&COM ha avviato una fattiva collaborazione con il Sistema Informativo Territoriale (SIT) del Comune di Bergamo per definire le modalità di restituzione informatica del materiale prodotto durante la ricerca e la sua diffusione e aggiornamento attraverso canali non istituzionali come OpenStreetMap (OSM)<sup>5</sup> in grado di sfruttare le potenzialità offerte dai Volunteered Geographic Information (VGI)<sup>6</sup>. Anche la cabina di regia del Distretto Urbano del Commercio di Bergamo si è mostrata sensibile al tema, così da prevedere all'interno dell'approfondimento conoscitivo un'azione specifica legata proprio al monitoraggio e all'aggiornamento delle informazioni mappate.

<sup>5</sup> <http://www.openstreetmap.org/>

<sup>6</sup> Sul concetto di VGI si veda il contributo di M.F. Goodchild (2007).

“

LE ATTIVITÀ COMMERCIALI SONO INFATTI SOGGETTE, PIÙ DI ALTRE TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ, A PROCESSI CONTINUINI DI MUTAMENTO.

14



DISMISSIONE COMMERCIALE  
IN VIA ZAMBONATE – RILIEVO FEBBRAIO 2016



NUOVA APERTURA  
IN VIA ZAMBONATE – MAGGIO 2016



## MONITORAGGIO DELLE DISMISSIONI E DELLA RETE COMMERCIALE

I VGI sono informazioni georeferenziate provenienti da progetti di collaborative mapping che rappresentano l'insieme di informazioni di natura geografica generate e condivise da una comunità di utenti, ispirati alla filosofia del progetto Wikipedia. Uno dei più utilizzati e analizzati dal mondo accademico è il già citato OSM, un progetto sorto nel 2004 con lo scopo di creare una mappa a livello mondiale costruita ed editabile direttamente dagli utenti, liberamente condivisa ed utilizzabile da parte di chiunque in licenza ODbL<sup>7</sup>. A questo proposito, il fattore critico legato all'aggiornamento delle informazioni e dei dati di un contesto specifico è la presenza di una comunità di contributor attivi. Da questa sintetica descrizione delle caratteristiche del progetto OSM emergono alcune criticità ma soprattutto significative potenzialità per la definizione di una modalità di aggiornamento e monitoraggio continuo delle dinamiche commerciali per l'ambito delle quattro polarità distrettuali del Distretto Urbano del Commercio di Bergamo. Il percorso ipotizzato prevede un lavoro che considera la pubblicazione dei dati spaziali sulla piattaforma OSM e, contemporaneamente, la loro diffusione come utile strumento di

lavoro per le attività del DUC ma anche per le singole imprese in esso localizzate. Per fare questo è stato necessario introdurre una modalità di mappatura delle attività commerciali in grado di stabilire una relazione univoca tra la classificazione normativa delle attività del terziario commerciale e la tassonomia utilizzata in OSM, così da permettere la condivisione dell'informazione sia attraverso il SIT del Comune di Bergamo che attraverso la piattaforma stessa. Questa procedura, condivisa con la cabina di regia del DUC e i responsabili del Ufficio SIT, è stata definita anche grazie al confronto con i responsabili italiani del progetto OSM che hanno validato la metodologia<sup>8</sup> elaborata da membri del Laboratorio URB&COM suggerendo migliorie e accorgimenti procedurali<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> La metodologia è stata presentata alla community di Wikimapia durante l'evento "Wikimedia, mappe libere e musei" tenutosi a Milano il 20 e 21 maggio 2016.

<sup>9</sup> Uno dei temi principali legati al ruolo della comunità è quello del rispetto dei dati già presenti ed inseriti dai diversi contributor che, di fatto, sconsiglia l'utilizzo di carichi massivi di dati e impone un attento lavoro di integrazione/correzione delle informazioni presenti e non la loro cancellazione. Durante l'upload delle informazioni sulla piattaforma il gruppo di lavoro si è mostrato sensibile rispetto a queste tematiche, non solo informando la comunità di utenti, ma interagendo con il loro lavoro e correggendo alcune modalità di inserimento quando richiesto.

<sup>7</sup> Open Database Licence (Attribuzione-Condizioni allo stesso modo per i database).

PROGRAMMA DELL'EVENTO DURANTE IL QUALE È STATA PRESENTATA E CONDIVISA LA METODOLOGIA DI MONITORAGGIO SPERIMENTALE



20 e 21 maggio 2016 - Milano

**WIKIPEDIA, MAPPE LIBERE E MUSEI**

Due giorni dedicati all'open content, con il raduno nazionale OpenStreetMap Italia, un'edit-a-thon al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci e un mapping party. Al termine, un brindisi per inaugurare la nuova sede milanese di Wikimedia Italia a BASE.

### WIKIPEDIA, MAPPE LIBERE E MUSEI

20-21 MAGGIO 2016

Due giorni dedicati all'open content con il raduno nazionale OpenStreetMap Italia, un'edit-a-thon al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia e un mapping party. In serata, un brindisi per inaugurare la nuova sede milanese di Wikimedia Italia a BASE.

#### PROGRAMMA

**VENERDÌ 20 MAGGIO 2016**

BASE, via Bergognone 34, Milano

Wikimedia Italia e la comunità italiana di OpenStreetMap dedicano una giornata al dialogo con i rappresentanti della Pubblica Amministrazione.

#### Sala Conferenze

- 9.30 Registrazione dei partecipanti
- 9.45 Apertura dei lavori. Esempi virtuosi di geoportali regionali e comunali e analisi degli strumenti di controllo qualità in OpenStreetMap.  
**Simone Cortesi** Tesoriere di Wikimedia Italia
- 10.30 Open source per servizi ai cittadini l'esperienza di Regione Piemonte  
**Roberta Castelli ST e Gianluigi Berone** Regione Piemonte
- 11.00 Il dizionario "tag OpenStreetMap - codici d'uso" e l'utilizzo di OpenStreetMap per aggiornare la cartografia della Regione Liguria  
**Francesca Castagnola** Liguria Digitale
- 11.20 Tavola rotonda: Volontari Geographic Information, la P.A. coglierà la sfida? Dalla collaborazione alla contaminazione  
**MODERA: Luca Perich** AMAT Milano
- 13.00 PAUSA PRANZO
- 14.30 Presentazione dei servizi WOTOM e Maproulette  
**Simone Cortesi** Tesoriere di Wikimedia Italia
- 15.00 Qualità dei dati OpenStreetMap: sperimentazioni sulla città di Milano e risultati  
**Marco Minghini e Monica Molinari** Politecnico di Milano
- 15.30 Rilevamento e monitoraggio attività commerciali del Comune di Bergamo tramite OpenStreetMap  
**Giorgio Linotta** URB&COM (LAP POLMI)  
**Andrea Maffei** SIT del Comune di Bergamo
- 16.00 Il progetto <http://mapadimontepiani.org/>  
**Marco Barbieri** Cartografo  
**Alessio Piccoli** Presidente della sezione Pisa del C.A.I.

#### Sala riunioni

- 10.30 Come documentare ciclo-infrastrutture e ciclovie con OSM  
**Volker Schmidt** manutenzione cicloinfrastruttura





## UNA PROPOSTA OPERATIVA PER LA MAPPATURA DELLE ATTIVITÀ DEL TERZIARIO COMMERCIALE IN OSM

Le categorie impiegate per la restituzione dei dati considerano e discendono dalle tipologie normative introdotte dalle leggi regionali e nazionali in materia di Commercio, nonché dalla classificazione delle attività economiche dell'I-STAT (ATECO 2007). Si tratta dunque di una classificazione rigorosa, che se può essere acquisita come tale dal SIT comunale, ma che deve essere raccordata con la tassonomia definita negli anni dalla comunità<sup>10</sup>, maggiormente interessata agli aspetti pratici connessi al riuso delle informazioni mappate.

È stato dunque intrapreso un attento lavoro di “raccordo” tassonomico che ha permesso di rispettare le codifiche previste da OSM mantenendo inalterata l'informazione e soprattutto la possibilità di risalire alle differenziazioni funzionali e nominalistiche previste dalla normativa italiana e lombarda e allo stesso tempo la gestione del dato su OSM consente di migliorare l'attuale profondità informativa connessa ad ogni singolo record.

<sup>10</sup> Disponibili all'indirizzo:  
[https://wiki.openstreetmap.org/wiki/IT:Pagina\\_Principale](https://wiki.openstreetmap.org/wiki/IT:Pagina_Principale).

“

È STATO DUNQUE INTRAPRESO UN ATTENTO LAVORO DI “RACCORDO” TASSONOMICHE CHE HA PERMESSO DI RISPETTARE LE CODIFICHE PREVISTE DA OSM.

### MODALITÀ DI MAPPATURA IN OSM DI ALCUNE TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO ALIMENTARE/NON ALIMENTARE

Tipologia	Specifica merceologica	shop (OSM)	clothes (OSM)
Commercio al dettaglio alimentare/misto	enoteca	wine	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	grande distribuzione superette/supermercato/ipermercato	supermarket	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	Infusi e caffè (cialde)	coffee	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	macelleria	butcher	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	alimentari (generico), minimercati e superette	convenience	
Commercio al dettaglio alimentare/misto	ortofrutta	greengrocer	
Commercio al dettaglio non alimentare	abbigliamento e accessori per l'infanzia	baby_goods	
Commercio al dettaglio non alimentare	abbigliamento e attrezzature sportive	sports	
Commercio al dettaglio non alimentare	abbigliamento intimo	clothes	underwear
Commercio al dettaglio non alimentare	accessori e articoli da regalo	gift	
Commercio al dettaglio non alimentare	accessori per telefonia	mobile_phone	
Commercio al dettaglio non alimentare	arredamenti, accessori e complementi d'arredo	furniture	
Commercio al dettaglio non alimentare	bricolage-ferramenta-colorificio	doityourself	

### MODALITÀ DI MAPPATURA IN OSM DEI NEGOZI E DELLE ATTIVITÀ DI INTERESSE STORICO

Tipologia speciale	historic:shop (OSM)	historic:amenity (OSM)	historic:craft (OSM)	historic:office (OSM)	historic:tourism (OSM)
Attività di interesse storico	indicazione tipologia	indicazione tipologia	indicazione tipologia	indicazione tipologia	indicazione tipologia

ESEMPI DI TASSONOMIA UTILIZZATA DAL PROGETTO OSM PER LA DEFINIZIONE DEI TAG ASSOCIATI ALLE ATTIVITÀ COMMERCIALI  
 FONTE: [HTTP://WIKI.OPEN-STREETMAP.ORG/WIKI/MAP\\_FEATURES#SHOP](http://wiki.openstreetmap.org/wiki/Map_Features#Shop)

Shop					
The shop tag is used as a place of business that has stocked goods for sale. See the page titled <a href="#">Shop</a> for an introduction on its usage.					
Key	Value	Element	Comment	Rendering on default layer (osm-carto)	Photo
Food, beverages					
shop	alcohol		Shop selling alcohol to take away		
shop	bakery		Shop focused on selling bread		
shop	beverages		Shop focused on selling alcoholic and non-alcoholic beverages. See also <a href="#">shop=alcohol</a>		
shop	brewing_supplies		Shop focused on selling supplies for home brewing of beer, wine and spirits (where permitted)		
shop	butcher		Shop focused on selling meat		
shop	cheese		Shop focused on selling cheese		
shop	chocolate		Shop focused on selling chocolate		
shop	coffee		Shop focused on selling coffee		
shop	confectionery		Shop focused on selling sweets or candy		

“

IL CARATTERE  
ALTAMENTE  
SPERIMENTALE  
DELLA PROCEDURA  
DI MONITORAGGIO  
RENDE IMPOSSI-  
BILE PREVEDERNE  
L'EFFICACIA.

SCHEMATIZZAZIONE DEL  
PROCESSO DI MAPPATURA  
E MONITORAGGIO DELLE  
ATTIVITÀ COMMERCIALI  
ATTRAVERSO OSM

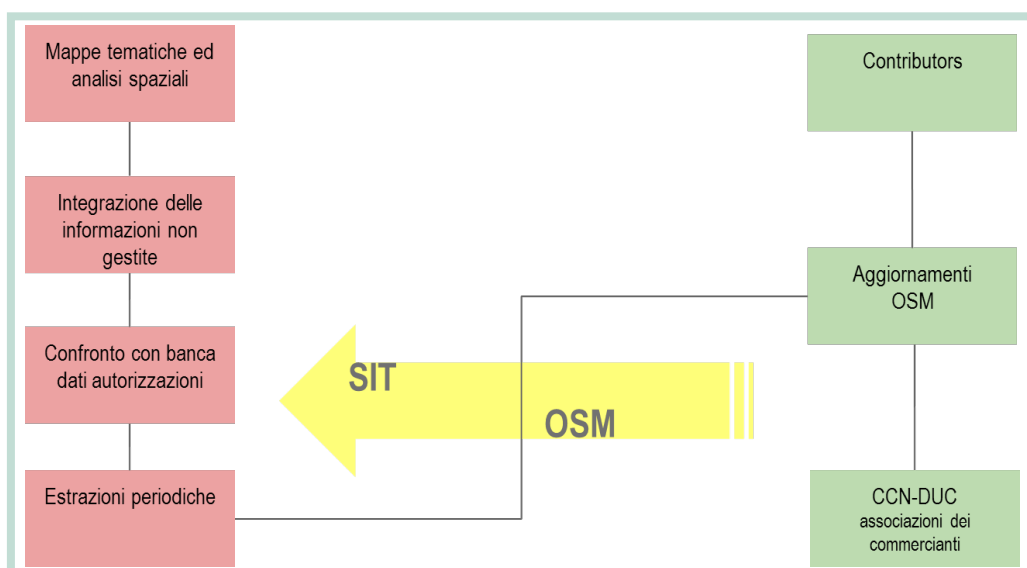
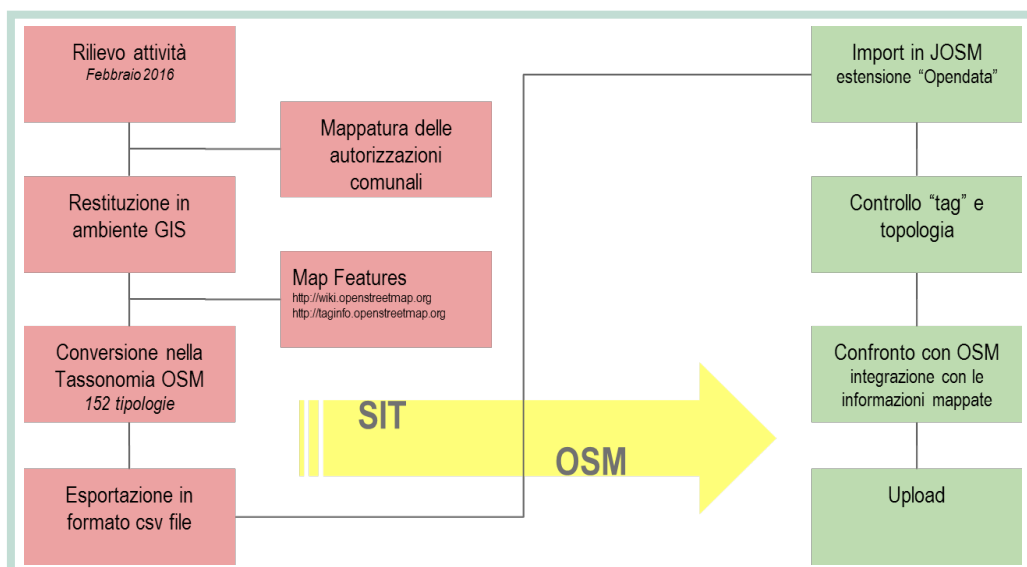
Come accennato in precedenza la probabilità di riuscita di un processo di monitoraggio basato sui VGI è connesso al livello di attività della comunità di utenti; in questo caso, e con riferimento al carattere settoriale del tema oggetto di monitoraggio, si è scelto di coinvolgere direttamente le associazioni di commercianti locali che lavorano sul territorio. Così i dati prodotti dal rilievo sulla polarità “Centro” del DUC -e già caricati sulla piattaforma OSM dall’Ufficio SIT comunale- sono divenuti un laboratorio di sperimentazione, con l’impegno di far seguire a questo primo caricamento anche quello delle polarità distrettuali “Borgo Palazzo”, “Santa Caterina-Pignolo” e “Città Alta”.

I successivi workshop formativi con gli operatori volontari sono stati utili per

DESCRIVERE E MONITORARE IL COMMERCIO URBANO

descrivere gli aspetti pratici dell’inserimento e/o modifica delle informazioni sulla piattaforma OSM e, più in generale, per diffondere la cultura del dato “libero” e della condivisione dell’informazione.

Il carattere altamente sperimentale della procedura di monitoraggio rende impossibile prevederne l’efficacia che è direttamente correlata al grado di coinvolgimento fattivo della comunità e, in primis, dei commercianti del DUC e che dunque potrà essere valutata solo in futuro. Alcuni risultati sono invece già riscontrabili e sono connessi alla fase di ricerca iniziale che ha portato l’ufficio SIT del Comune di Bergamo ad adottare di fatto il progetto OSM come un ulteriore piattaforma di condivisione delle informazioni affiancata ai canali e agli strumenti OpenData istituzionali.



In conclusione il processo di monitoraggio e partecipazione intrapreso dal DUC vuole essere il più possibile aperto ed inclusivo, per cui si è scelto di lavorare secondo tre tipi di azioni, che dovrebbero funzionare in parallelo. La prima riguarda la comunicazione, e per questo il DUC si incarica di diffondere le informazioni relative agli esiti del lavoro attraverso incontri pubblici e newsletter mirate ai commercianti e alla popolazione in genere.

La seconda azione verte sull'avviamento di un canale di scambio di dati con il Comune di Bergamo, con la possibilità di segnalare alla segreteria del DUC informazioni riguardanti nuove aperture e cessazioni, così da favorire l'interazione fra queste due entità e produrre un patrimonio conoscitivo inedito e solido sulle dinamiche commerciali in atto.

La terza riguarda appunto l'attivazione di quella che è stata definita "l'unità di monitoraggio sperimentale" del DUC, della quale faranno parte alcuni commercianti in rappresentanza delle diverse polarità e la segreteria del Distretto che, opportunamente formati, potranno

fungere da "rilevatori sul campo" delle trasformazioni in atto e successivamente comunicarle al Distretto o di modificare/aggiungere le informazioni direttamente in OSM.

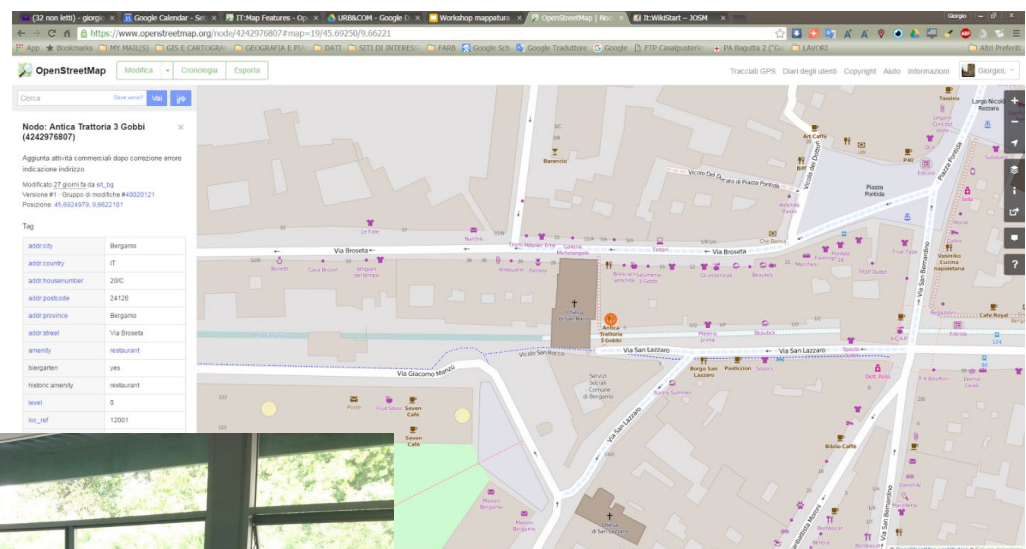
## BIBLIOGRAFIA

Goodchild, M.F. (2007), *Citizens as sensors: the world of volunteered geography* in *GeoJournal*, no. 69, vol. 4, pp. 211-221.

Limonta G. (2012), *Representation and analysis of retail phenomena to support urban planning policies. Some applications of the Kernel Density Estimation method in the Milan area*, in Campagna M., et al. (a cura di), *Planning Support Tools: Policy Analysis, Implementation and Evaluation. Proceedings of the Seventh International Conference on Informatics and Urban and Regional Planning INPUT2012*, Franco Angeli, Milano, pp. 930-941.

Limonta G., Paris M. (2016), *Riconoscere e monitorare la potenziale fragilità dei sistemi commerciali urbani: una proposta per la Regione Lombardia*, in *Atti della XIV Conferenza Nazionale SIU*, Cambiamenti, Planum Publisher, Milano-Roma, In press.

Paris M., De las Rivas J.L. (2016), *Spatial knowledge and regional governance: toward an alternative map of Castilla y Leon (Spain)*, in Dotti N.F. (ed.), *Knowledge, Policymaking and Learning for European Cities and Regions*, Edward Elgar Ed., Brussels, In press.



**LE ATTIVITÀ COMMERCIALI IN OSM: CARATTERISTICHE DELLA MAPPATURA E DELLE INFORMAZIONI ASSOCIATE**



**UN MOMENTO DEL WORKSHOP FORMATIVO REALIZZATO CON I COMMERCianti DELL'UNITÀ DI MONITORAGGIO SPERIMENTALE**



LUCA TAMINI

DOCENTE DI  
URBANISTICA PRESSO  
IL POLITECNICO DI  
MILANO, RESPONSABILE DI URB&COM LAB  
DEL DIPARTIMENTO  
DI ARCHITETTURA E  
STUDI URBANI E CO-  
DIRETTORE DEL CORSO  
DI ALTA FORMAZIONE  
PROGRAMMARE, PRO-  
GETTARE E GESTIRE  
SPAZI COMMERCIALI  
DELLA FONDAZIONE  
POLITECNICO.

DI LUCA TAMINI

# COMMERCIO E CITTÀ: TEMI E SCENARI EVOLUTIVI



## COMMERCIO E VITALITÀ

I servizi commerciali mantengono e amplificano una funzione socialmente aggregante: non sono città pubblica in senso stretto, ma rappresentano luoghi dove si svolgono una pluralità di attività di “vita in pubblico” e, con forme molto diverse, continuano a connotare spazi potenzialmente e variamente “centrali” nei sistemi insediativi locali.

L’approfondimento di alcune dinamiche recenti ha permesso di osservare da vicino il decisivo contributo della funzione integrata del commercio

alla vitalità di molte aree urbane dove il mantenimento o l’inserimento del servizio commerciale garantisce livelli di complessità e articolazione di importanti brani della città, mentre il degrado degli addensamenti commerciali locali può innescare o aggravare il decadimento di intere aree urbanizzate. Distrettualità, riuso, centralità, integrazione rappresentano quattro potenziali parole chiave per descrivere e interpretare gli scenari determinati dal forte mutamento in atto nel rapporto tra commercio e città.





**IL DISTRETTO DEI SERVIZI COMMERCIALI CONNESSI ALL'ATTRATTIVITÀ URBANA HA DIMOSTRATO DI RAPPRESENTARE, IN NUMEROSI CASI NAZIONALI E INTERNAZIONALI, UN EFFICACE STRUMENTO DI POLITICA ATTIVA.**

Le attuali tendenze e dinamiche in atto a scala europea e italiana nell'ambito dell'aggregazione spaziale delle attività economiche urbane sono focalizzate su alcuni elementi qualitativi:

- un'inedita stagione di politiche attive di rilancio dell'attrattività urbana;
- la valorizzazione dei servizi di prossimità come nuovi tasselli della città pubblica;
- una nuova relazione virtuosa tra servizi commerciali e industrie creative e culturali come opportunità di trasformazione, riconversione qualitativa e riqualificazione urbanistica del tessuto consolidato e storico;
- una rinnovata riflessione progettuale sul disegno delle nuove centralità urbane.

In questo quadro di sfondo, l'agenda pubblica e privata è orientata da diversi anni prevalentemente su quattro temi progettuali e parole chiave capaci di costruire qualità e nuova urbanità:

- distrettualità fondata sul ruolo dei distretti urbani dell'attrattività, quali strumenti di governance, intesi come campi attivi di sperimentazione di politiche plurisettoriali di valorizzazione integrata del territorio, spesso declinati come sistemi locali di creatività (Santagata, 2015);
- riuso a partire la necessità di sviluppare opportune capacità di percepire, conoscere e mobilitare il patrimonio esistente in processi di rigenerazione, sia in termini di gestione unitaria e coordinata, sia in una prospettiva di rafforzamento competitivo della città e di creazione di valore (Campagnoli, 2014);
- centralità intese come generatori di urbanità e di tempo collettivo attraverso ibridazione spaziale e complementarietà tra servizi di prossimità e attività legate alla cultura, alla formazione, alla creatività. Nel dettaglio, luoghi che facilitano le relazioni fra cittadini, operatori economici locali e soggetti di promozione culturale e si configurano spesso come concreti community center (Kärholm, 2012);
- integrazione come interazione continua tra strumenti di governo del territorio, la dimensione dinamica dei processi

reali di trasformazione urbana e le molteplici politiche di settore in un gioco circolare di apprendimento e di concreta sinergia tra interesse pubblico e privato (Bruzzeze, Tamini, 2014).



## **DISTRETTUALITÀ**

Questo tema solleva la necessità di ribadire il ruolo dei distretti urbani, quali strumenti di concreta governance e di gestione coordinata degli addensamenti locali di offerta integrata, intendendoli non come contenitori inerti ma, al contrario, lavorando per farli diventare campi attivi di sperimentazione di politiche plurisettoriali.

In un contesto caratterizzato dalla progressiva debolezza dei consumi e dalla ridotta disponibilità di risorse pubbliche e private, dalla scarsa integrazione tra le politiche attive dei servizi commerciali e gli strumenti di governo del territorio e dall'assenza di azioni e politiche di cooperazione inter-distrettuale, il distretto dei servizi commerciali connessi all'attrattività urbana ha dimostrato di rappresentare, in numerosi casi nazionali e internazionali, un efficace strumento di politica attiva.

Le principali potenzialità di una politica distrettuale sono, infatti, focalizzate su due aspetti principali. In primo luogo, sul potenziamento della vocazione integrata (commerciale, artigianale, culturale, turistica, dei servizi urbani e territoriali) dell'area oggetto di intervento e sull'opportunità di configurare il distretto come strumento operativo di governance locale per sostenere nuove politiche per l'attrattività urbana.

In secondo luogo, sulla possibilità di allargamento del profilo dei partner di distretto che possono consolidare l'esperienza e l'evoluzione delle azioni distrettuali fornendo un valore aggiunto, sul ruolo del distretto urbano come soggetto di regolazione (es. accessibilità pubblica e privata, pedonalizzazioni e

“

LO SCENARIO EVOLUTIVO DELLA DISTRETTUALITÀ URBANA È CONNESSO ALLA CARATTERIZZAZIONE CHE AVRANNO NEL PROSSIMO FUTURO LE POLITICHE ATTIVE ORIENTATE A UN APPROCCIO SINERGICO O CONFLITTUALE.

aree ZTL, monitoraggio dei flussi, sicurezza, orari di apertura e chiusura degli esercizi, ...), sulla figura professionale del Manager di distretto come risultato qualitativo di esperienze e di percorsi di formazione di carattere integrato.

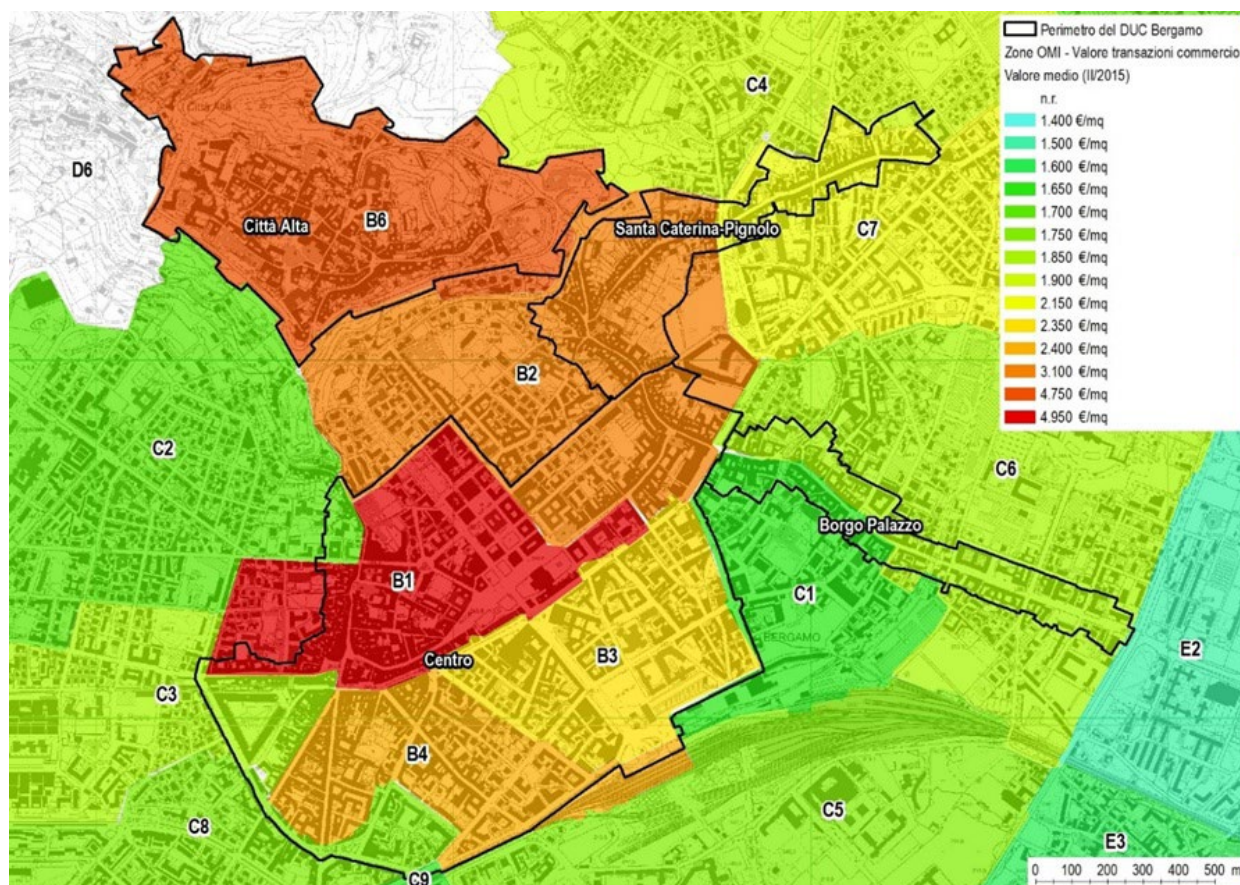
In questo quadro di azione, l'arena pubblica è caratterizzata dal ruolo propositivo delle Regioni nell'ambito della promozione economica e territoriale dei temi dell'attrattività urbana e di area vasta e dalla dimensione comunale di declinazione delle politiche attive (nell'interazione tra commercio, attività produttive, turismo, marketing territoriale, urbanistica, mobilità, cultura), in partnership con le associazioni di categoria (commercio al dettaglio, somministrazione, artigianato alimentare e non alimentare, artigianato di servizio), la media e grande distribuzione organizzata, le fondazioni private, i consorzi di proprietari immobiliari, i manager di distretto urbano.

Lo scenario evolutivo della distrettualità urbana è connesso alla caratterizzazione

che avranno nel prossimo futuro le politiche attive orientate a un approccio sinergico o conflittuale tra una dimensione collaborativa o competitiva tra distretti, al meccanismo di diffusione pubblica dei risultati qualitativi che hanno guidato le azioni dei distretti e alla capacità di rendere virtuoso il circuito innescato dai distretti.

Altri temi di indirizzo futuro sono esemplificabili, ad esempio, nella questione aperta di quanto e con quali modalità la funzione “sociale” potrà incrociare le politiche dei distretti, soprattutto nelle aree urbane più problematiche e critiche caratterizzate da minore attrattività (periferie urbane, ambiti di confine amministrativo, contesti territoriali a bassa densità), con quali strumenti realizzare una maggiore integrazione tra le politiche del commercio e quelle della pianificazione urbana e territoriale, anche per assegnare al distretto del commercio una valenza di “prodotto di investimento” per nuovi operatori economici.

21



COMUNE DI BERGAMO: DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO E MERCATO IMMOBILIARE (FONTE: ELABORAZIONE CARTOGRAFICA DI URBCOM LAB DA AGENZIA DELLE ENTRATE, OSSERVATORIO MERCATO IMMOBILIARE OMI, 2015)



“

**IN QUESTA FASE ATTUALE DI FORTE CRITICITÀ ECONOMICA, UNA PLURALITÀ DI AMBITI URBANI E CENTRALI È SEMPRE PIÙ CARATTERIZZATA DA UN SOTTOVALUTATO FENOMENO DI PROGRESSIVA DISMISSIONE DEI PIANI TERRA.**



## CENTRO URBANO E DISMISSIONE COMMERCIALE

Rispetto ai temi della dismissione e del riuso, emerge la necessità di sviluppare opportune capacità di percepire, conoscere e mobilitare il patrimonio esistente in processi di rilancio e di rigenerazione urbana, sia in termini di regia unitaria, sia in una prospettiva di rafforzamento competitivo della città.

In numerosi e differenti contesti urbani si osserva un progressivo fenomeno di dismissione di una pluralità di esercizi di vicinato e di somministrazione, di medie e grandi strutture di vendita determinato dalla progressiva riduzione delle capacità d'acquisto del bacino d'utenza, da condizioni di saturazione dell'offerta e dalla forte competizione territoriale tra i formati distributivi che ha accelerato l'obsolescenza delle superfici commerciali meno recenti e già scarsamente attrattive.

In questa fase attuale di forte criticità economica, una pluralità di ambiti urbani e centrali è sempre più caratterizzata da un sottovalutato fenomeno di progressiva dismissione dei piani terra generato, in primo luogo, dalla mancata distrettualizzazione dell'offerta e dalle dinamiche poco flessibili del mercato urbano delle locazioni. A questi aspetti

problematici hanno contribuito il posizionamento “periferico” rispetto alle geografie primarie e secondarie di offerta urbana dei servizi commerciali e di somministrazione e recenti processi di delocalizzazione di importanti servizi di interesse generale in ambito storico centrale (come - ad esempio - quelli bancari connessi al terziario direzionale). La debolezza del presidio di insegna e l'abbassamento del valore attrattivo e immobiliare delle superfici commerciali non attive hanno, inoltre, determinato rilevanti effetti economici di contorno (es. il progressivo blocco del mercato delle locazioni commerciali con incremento dei tempi di assorbimento e forte calo dei valori) difficilmente gestibili senza una strategia unitaria e coordinata. In questo senso, la mappatura delle opportunità localizzative urbane centrali generate dalla geografia delle attività economiche non attive e dismesse, la possibilità di nuove aggregazioni spaziali tra piccole superfici dismesse contigue, l'uso delle premialità alla localizzazione centrale delle medie strutture di vendita presenti in alcuni strumenti urbanistici comunali, la nascita di nuovi format urbani integrati di offerta, l'attivazione di



procedure regionali agevolate per le imprese commerciali in crisi, l'esistenza di una più elevata capacità di tenuta e resistenza dei sistemi commerciali urbani maggiormente integrati ed addensati rispetto a quelli dispersi, più vulnerabili alle cessazioni, possono rappresentare concrete opportunità progettuali su cui focalizzare una politica di intervento integrata.

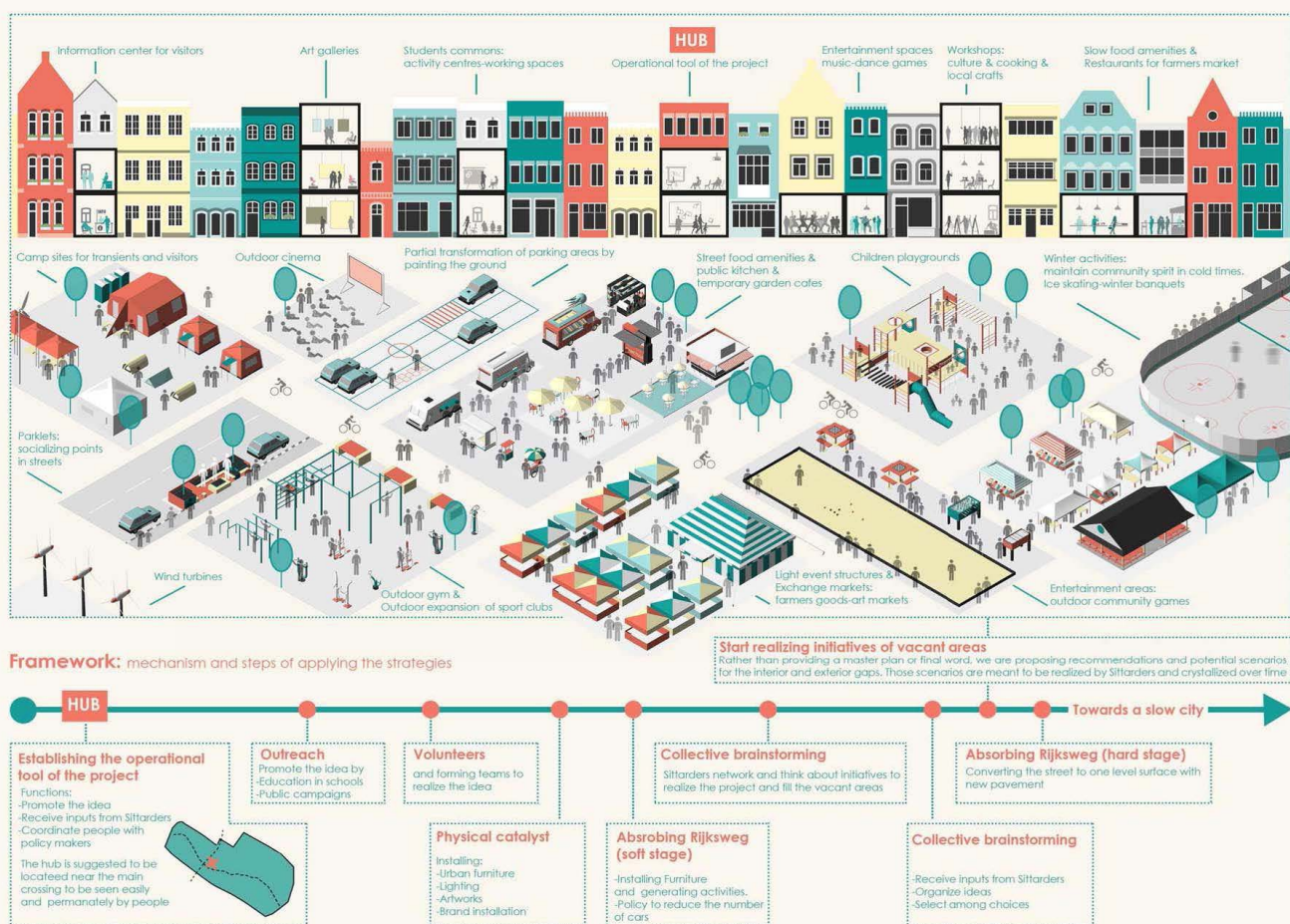
In questo quadro problematico, l'arena pubblica è articolata in ruoli e obiettivi diversi espressi, in primo luogo, dalle imprese commerciali in crisi, dal sistema polverizzato della proprietà immobiliare e degli investitori istituzionali, dai Comuni e dalla Regione, dalle associazioni di categoria, dalle società di sviluppo e promozione urbana, dalle imprese commerciali con presidio e brand urbano, fino al sistema camerale potenzialmente protagonista di un processo di valorizza-

zione integrata delle proprie proprietà e da un progressivo potenziamento del ruolo del settore immobiliare nel monitoraggio del fenomeno.

Gli scenari evolutivi del fenomeno sono prevalentemente caratterizzati dall'attivazione di progetti urbani di Demalling focalizzati su interventi di riuso, integrazione, redevelopment, sostituzione dei contenitori e delle superfici oggetto di dismissione e di cessazione di attività, da una progettualità orientata al rilancio e al riposizionamento delle gallerie storiche urbane, alla generazione di effetti di competizione urbana tra ambiti di offerta di prossimità, alla configurazione di nuovi Distretti urbani del commercio, dei servizi e del turismo veicolati dall'attivazione di una struttura pubblica/privata di gestione unitaria e coordinata delle dismissioni commerciali di grande, medio e piccolo formato.

GLI SCENARI EVOLUTIVI DEL FENOMENO SONO PREVALENTEMENTE CARATTERIZZATI DALL'ATTIVAZIONE DI PROGETTI URBANI DI DEMALLING.

23



COMUNE DI SITTARD (NL), SET FOOT IN SITTARD. CONCORSO DI PROGETTAZIONE PER IL CONTRASTO ALLA DISMISSIONE COMMERCIALE E LA RICUCITURA DEI FRAMMENTI DEL CENTRO STORICO DELLA CITTÀ, SETTEMBRE/DICEMBRE 2015 (FONTE: [HTTP://PHIDIAS-COOKING.PRO/SET-FOOT-IN-SITTARD-OLD/](http://PHIDIAS-COOKING.PRO/SET-FOOT-IN-SITTARD-OLD/), 3RD PRIZE: SGSASSOCIATI "SLOW CITY")





## I SERVIZI COMMERCIALI COME CENTRALITÀ URBANE

Partendo da una riflessione condivisa che il progetto della città pubblica sia in molti casi rimasto incompiuto proprio nel disegno di spazi e attrezzature collettive, i recenti processi progettuali e insediativi osservati sui territori dimostrano come l'inserimento di nuovi elementi attrattori di flusso di utenza nella debole geografia dell'offerta locale abbia rigenerato il profilo competitivo del tessuto urbano centrale e consolidato. In questo senso, l'attuale contesto progettuale ed evolutivo dei nuovi format dei servizi commerciali è orientato al disegno di luoghi di carattere integrato e multifunzionale rigeneratori di importanti flussi di poli-utenze urbane. In alcuni progetti recenti<sup>1</sup> si rileva la configurazione di nuove centralità urbane che ridisegnano la vocazione qualitativa di spazio pubblico (in un'ottica place making e place management) e contribuiscono alla gravitazione attrattiva dell'assetto locale con finalità sia di rigenerazione urbanistica, insediativa e spaziale, sia di riposizionamento concorrenziale e di presidio urbano di insegna.

Mentre avanzano strutturali trasformazioni del settore terziario dal punto di vista della dinamica imprenditoriale, del mercato del lavoro, della professionalità e dei servizi sociali e alla persona, si osservano sul territorio nuove autonomie funzionali focalizzate sull'offerta di servizi e di beni di consumo e caratterizzate da processi di innovazione sociale connessi alla straordinaria valenza collettiva e popolare dei contenitori attrattivi. I servizi commerciali mantengono e amplificano una funzione socialmente aggregante: non sono città pubblica in senso stretto, ma rappresentano luoghi dove si svolgono una pluralità di attività di "vita in pubblico" e, con forme molto diverse, continuano a connotare spazi potenzialmente e variamente "centrali" nei sistemi insediativi, che si tratti anche dei grandi contenitori extraurbani, spesso nuove e uniche polarità della città diffusa.

L'approfondimento di alcuni recenti progetti di centralità urbane ha permesso di osservare da vicino il decisivo contributo della funzione integrata del

<sup>1</sup> Ad esempio, il Market Hall di Rotterdam, il mercato coperto di Santa Caterina a Barcellona, le superfici alimentari di Mpreis in Austria, l'aggregato commerciale urbano del Progetto Portello a Milano, il department store Selfridges di Birmingham, i centri enogastronomici urbani a insegna Eataly, l'Amsterdam Arena.



IBRIDAZIONE DI FORMATI  
D'OFFERTA ED USI RESIDEN-  
ZIALI: MARKTHAL, ROTTER-  
DAM, 2014  
(FONTE:  
[HTTP://WWW.MVRDV.NL](http://www.mvrdv.nl))



“

UNA DELLE PRINCIPALI CRITICITÀ EMERSE (...) È RAPPRESENTATA DALL'INTERPRETAZIONE RESTRITTIVA DEL CONCETTO DI PRODUTTIVO E DELLA CONSEGUENTE DISCIPLINA DEI CAMBI DI DESTINAZIONE D'USO.

commercio alla vitalità di molte aree urbane dove il mantenimento o l'inserimento del servizio commerciale garantisce livelli di complessità, articolazione e vitalità di importanti brani della città, mentre il degrado degli addensamenti commerciali locali può innescare o aggravare il decadimento di intere aree urbanizzate.

L'esplorazione di alcuni fattori chiave e delle condizioni di contesto che hanno orientato i progetti delle nuove centralità urbane (spesso relazionate strettamente con il bacino di prossimità residenziale), ha fatto infine emergere una forte complementarità tra i seguenti elementi compositivi e insediativi:

- integrazione spaziale e mix urbano;
- qualità urbanistica e architettonica;
- rigenerazione e sostituzione insediativa;
- rilevanza pubblica dei servizi commerciali urbani;
- regia e gestione unitaria degli aggregati commerciali (distrettualità).

## }} L'INTEGRAZIONE DELLE POLITICHE DEI SERVIZI COMMERCIALI NEGLI STRUMENTI DI GOVERNO DEL TERRITORIO

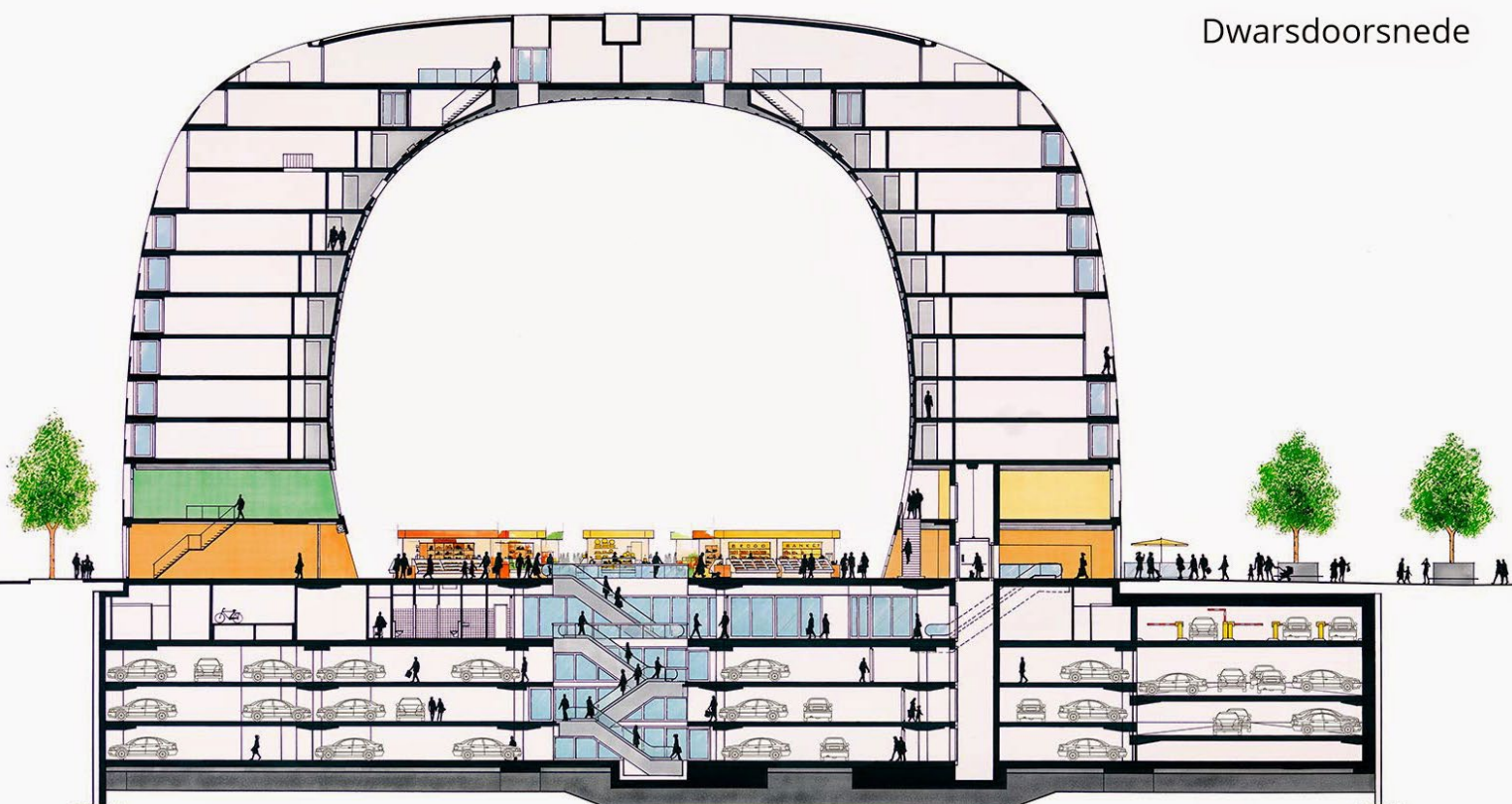
Infine, relativamente ai temi dell'integrazione, è fondamentale rendere gli strumenti di governo del territorio (Piani urbanistici comunali, Regolamenti edilizi, pianificazione di settore) aperti a modifiche intelligenti e ricettivi rispetto alla dimensione dinamica dei processi reali favorendo l'interazione continua tra strumenti e processi in un gioco circolare di apprendimento.

Una delle principali criticità emerse nella rilettura critica di numerosi Piani urbanistici comunali vigenti è rappresentata dall'interpretazione restrittiva del concetto di produttivo e della conseguente disciplina dei cambi di desti-

IBRIDAZIONE DI FORMATI D'OFFERTA ED USI RESIDENZIALI: MARKTHAL, ROTTERDAM, 2014  
(FONTE: [HTTP://WWW.MVRDV.NL](http://www.mvrdv.nl))

25

Dwarsdoorsnede



nazione d'uso, in conseguenza della mancata sinergia tra l'impianto liberalizzatore della riforma del commercio del marzo 1998 (calibrato sostanzialmente sull'indifferenza funzionale) ed i vincoli imposti ai cambi d'uso dal produttivo alle altre funzioni urbane, che determina potenziali barriere all'ingresso ad alcune dinamiche trasformative della città.

L'arena pubblica è definita dal ruolo attivo e progettuale dei settori urbanistici comunali (articolata nei suoi molteplici ambiti di competenza), dalla significativa presenza di contributi di natura tecnico-operativi espressi dalle differenti associazioni imprenditoriali, dalle associazioni di categoria, dalle cabine di regia dei Distretti Urbani del Commercio e dalle Camere di Commercio (es. nella promozione di percorsi di formazione tecnica agli operatori economici di concerto con i Comuni).

A partire da questi temi, in conclusione, ci sembra opportuno dunque riaprire il discorso intorno al ruolo che i servizi commerciali possono svolgere - in forma integrata e complementare - per costruire urbanità e qualità urbana con un'attenzione aperta a molteplici sollecitazioni.

Ciò significa, sia per chi fa ricerca sia per chi governa queste attività, andare oltre tradizionali approcci settoriali; mettere in campo modi di guardare e analizzare queste attività capaci di attingere a diverse forme di indagine collocandole, di conseguenza, entro quadri più generali di trasformazione urbana ed economica; riconoscere le molteplici opportunità presenti sul territorio e suggerire o costruire nessi più stringenti tra differenti dimensioni interpretative e progettuali orientate a una maggiore attenzione alla dimensione spaziale, insediativa e territoriale.

#### Riferimenti bibliografici

- Augé M. (2015), *Un etnologo al bistrot*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Bruzzese A., Gerosa G., Tamini L. (2016), *Spazio pubblico e attrattività urbana. L'Isola e le sue piazze*, Milano, Bruno Mondadori.
- Bruzzese A., Tamini L. (2014), *Servizi commerciali e produzioni creative. Sei itinerari nella Milano che cambia*, Bruno Mondadori, Milano.
- Calafati, A. (2012), *Economie in cerca di città. La questione urbana in Italia*, Donzelli, Roma.
- Campagnoli G. (2014), *Riusiamo l'Italia. Da spazi vuoti a start-up culturali e sociali*, Gruppo24Ore, Milano.
- Cavoto G. (2014), *Demalling, Una risposta alla dismissione commerciale. A response to the demise of retail building*, Maggioli Editore, Rimini.
- Jayne M. (2006), *Cities and consumption*, Routledge, London.
- Jessen R., Lydia Langer L. (2012), *Transformations of retailing in Europe after 1945*, Ashgate, Farnham.
- Kärholm M. (2012), *Retailising space. Architecture, retail and the territorialisation of public space*, Ashgate, Malmö University, Sweden and Lund University, Sweden.
- Maffei S., Villari B., Tamini L., Parini B. (2016), *Social Food Club. Service e Food Design come abilitatori di nuovi modelli di sviluppo, innovazione e coesione sociale*, Macro Editore, Milano.
- Pellegrini L., Zanderighi L. (2013), *Il sistema distributivo italiano. Dalla regolazione al mercato*, il Mulino, Bologna.
- Roca E., Aquilué I, Gomes R. (eds.) (2015), *Walking the city. Barcelona as an urban experience*, Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Santagata W. (2015), "Città e produzione di cultura e creatività" in Treccani, *L'Italia e le sue Regioni. L'età repubblicana*, Roma, Istituto dell'Enciclopedia Italiana.
- Tamini L., Zappi O. (2006), "Formati distributivi e tipologie degli insediamenti commerciali: un confronto tra normative regionali", *Disciplina del commercio e dei servizi*, Maggioli Editore, n. 3, p. 677-690.
- Tamini L. (2011), *Il progetto di centralità. La regolazione urbanistica degli aggregati commerciali*, Maggioli, Rimini.
- Taylor P. (2013), *Extraordinary cities. Millennia of moral syndromes, world system and city/state relations*, Elgar, Cheltenham.
- Zappi O. (1998), *La riforma della disciplina del commercio e le nuove competenze di Regioni, Province e Comuni. Presentazione di Pier Luigi Bersani*, Edizioni Lega delle autonomie locali, Roma.



Banche Dati georeferenziate consultabili online  
e strumenti di analisi periodicamente aggiornati



Consultazione  
Banche Dati

Strumenti di  
Analisi

# Infocommercio

## Servizio di monitoraggio e analisi della distribuzione commerciale

Le banche dati  
interrogabili diventano  
strumento di geomarketing.

### QUATTRO FORMULE DI ABBONAMENTO



Base

Attraverso questo servizio è possibile consultare le banche dati delle sezioni GDO e Centri Commerciali in Italia. I

dati sono georeferenzati e consultabili attraverso ricerche per Comune, Insegna o altri parametri. È possibile fare stampe.

Attraverso questo servizio è possibile consultare le banche dati acces-

sibili con il servizio Silver con in aggiunta le banche dati delle vie Commerciali. È possibile fare stampe. In aggiunta è disponibile il cruscotto per fare analisi e mappature dinamiche e personalizzate.

Gold



Silver

Attraverso questo servizio è possibile consultare le banche dati acces-

sibili con il servizio Base con in aggiunta le banche dati dei Centri Commerciali in Europa e nel Mondo. I dati sono georeferenzati e consultabili attraverso ricerche per Comune, Insegna o altri parametri. È possibile fare stampe.

Attraverso questo servizio è possibile consultare le banche dati acces-

sibili con il servizio Silver con in aggiunta le banche dati delle vie Commerciali. È possibile fare stampe. In aggiunta è disponibile il cruscotto per fare analisi e mappature dinamiche e personalizzate e sono previsti strumenti di stampa report specifici su banche dati e isocrone (estrazione PDF).

Platinum





**SAVINO  
NATALICCHIO**

INGEGNERE, MRICS  
- PHD IN URBANISTI-  
CA TECNICA PRESSO  
IL POLITECNICO DI  
MILANO.

DI SAVINO NATALICCHIO

# FORMAT COMMERCIALI DI INTERESSE PER IL MERCATO IMMOBILIARE ITALIANO: I RETAIL PARK

28



## IL MERCATO IMMOBILIARE RETAIL

L'interesse generale da parte degli investitori, in particolare di matrice estera, nel mercato immobiliare retail nel corso del 2016 si è confermato nella sua forza rispetto agli altri comparti del mercato, con un incremento dei volumi scambiati rispetto al 2015, associato ad una riduzione dei rendimenti.

L'attenzione degli operatori si è rivolta - oltre che per i centri commerciali prime - anche verso i centri secondari di fascia alta, gli immobili ubicati in high street con maggiore appeal e i retail park, in grado di fornire rendimenti appetibili per gli investitori. La disponibilità limitata di prodotto di qualità, insieme con l'aumento della domanda, sta facendo abbassare i rendimenti (yield compression).

Per quanto riguarda i parchi commerciali (> 5.000 mq di GLA), lo stock at-

tuale ammonta a circa 70 strutture per una GLA complessiva vicina a circa 1,5 milioni di mq. Il settore non è ancora particolarmente sviluppato in Italia, a differenza che in altri paesi europei, soprattutto i paesi del nord (Germania, UK, Scandinavia). Risulta pertanto esserci una mancanza di offerta di strutture prime che nel ciclo di mercato attuale sono l'obiettivo degli investitori internazionali.

I rendimenti netti per i retail park sono decresciuti al 5,75-7,00% lordo, pari ad una yield compression fino a 100 bps rispetto al dicembre 2015, ed anche per le altre tipologie di immobili commerciali i rendimenti hanno confermato la tendenza al ribasso. Il volume potenziale di investimento nel settore rimane elevato ed è alta la richiesta di nuovi spazi con buoni rendimenti.



“

**I RETAIL PARK, FACENDO LEVA SU COSTI DI GESTIONE SIGNIFICATIVAMENTE PIÙ BASSI, RIESCONO A FAR FRONTE A VALORI DI PRODUTTIVITÀ (FATTURATI) A MQ SPESSO BASSI.**



## VANTAGGI DEI RETAIL PARK

I retail park, in particolare per la mancanza di una galleria coperta e climatizzata, consentono di ridurre significativamente le service charge (costi comuni) in capo ai conduttori, da circa gli 80-100 Euro/mq per anno, valore tipico per i centri commerciali, ai 25-40 Euro/mq per anno dei retail park.

Ciò consente una riduzione degli oneri a carico dei tenant, i quali computano nel proprio conto economico i costi locativi unitamente ai costi di gestione.

I range sugli effort rate sostenibili, in termini di canone incrementato dei service charge, in rapporto al fatturato, variano a seconda della categoria merceologica (e relativa marginalità economica): osserviamo valori che variano da un 4-6% per l'elettronica di consumo fino ad arrivare al 9-10% per l'abbigliamento e accessori; per quando riguarda la somministrazione si distingue tra quella di

catena a gestione diretta (5-7%) e quella indipendente (10-12%).

I retail park, facendo leva su costi di gestione significativamente più bassi, riescono a far fronte a valori di produttività (fatturati) a mq spesso bassi, a causa della riduzione della capacità di spesa dei consumatori in conseguenza della crisi. Parallelamente, service charge contenuti consentono di poter pagare canoni locativi comunque interessanti (superiori per medie superfici di vendita ai 100 Euro/mq per anno), risultando così interessanti per le property quali prodotti di investimento a reddito.

La distribuzione geografica dei retail park nelle grandi aree metropolitane italiane vede articolate concentrazioni, con presenze significative nelle città dell'Emilia Romagna, nella cintura metropolitana di Torino, a Roma, lungo la fascia adriatica ed in Sicilia. Più debole



la presenza nell'area metropolitana di Milano, Napoli, Firenze e nel Veneto, dove quindi c'è lo spazio per un futuro sviluppo di questo format distributivo.

Dagli studi effettuati dagli analisti di settore su diversi progetti ed interventi recentemente attuati, si evidenziano i seguenti fattori di analisi del concept commerciale di un retail park al fine di valutare quelle criticità rilevanti per il successo commerciale dell'iniziativa:

- Estensione del bacino d'utenza a scala metropolitana;
- Capacità di spesa del bacino d'utenza e geografia dei competitor;
- Facile accessibilità locale ed extra locale e viabilità d'accesso;
- Sviluppo lineare della struttura del parco (come tendenze delle best practice osservate in Italia);

- Integrazione con un centro commerciale classico o un entertainment center (allo scopo di sfruttare la sinergia di offerta ed estensione dell'orario di fruizione);

- Organizzazione della struttura in comparti, che consente una maggiore flessibilità nella gestione degli spazi;

- Appeal architettonico e presenza di pensiline, o elementi di copertura che colleghino il fronte commerciale;

- Attività di ristorazione localizzate nel parcheggio (servizio take away/drive through);

- Buon mix merceologico, completo e diversificato (anche rispetto all'offerta merceologica dell'eventuale galleria commerciale con la quale è integrata);

- Presenza di attività di servizio.



**ALESSANDRO  
SERAVALLI**

ARCHITETTO E  
URBANISTA, PRESIDENTE  
DI SISTER SRL E  
FONDATORE  
DIRETTORE DI  
GEOSMART LAB.

**LEONARDO  
AMADIO**

ARCHITETTO  
PIANIFICATORE  
TERRITORIALE  
- SIS-GER.

DI ALESSANDRO SERAVALLI CON IL CONTRIBUTO DI  
LEONARDO AMADIO

# UN ATLANTE PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE

La grande distribuzione organizzata in Italia:  
le polarità commerciali



## LE POLARITÀ COMMERCIALI ATTRAVERSO MAPPE DI DENSITÀ

*Statistica* è una parola legata etimologicamente al potere, al territorio: deriva da *status*, cioè “condizione, posizione, stabilità” e con questo termine sono generalmente indicate le informazioni su fenomeni reali raccolte dagli organismi statali che ne sono anche i principali utilizzatori. La statistica dunque nasce per comprendere attraverso i numeri fenomeni territoriali. Si evidenzia come nelle grandi dittature (oppure dove lo Stato ha un ruolo esclusivo che si traduce in un controllo dall’alto sulla popolazione) la disponibilità di informazioni a fini statistici è maggiore. Un grande autore del XX secolo, Jorge Luis Borges, scrisse che la democrazia è un «curioso abuso della statistica».

La statistica ha una storia antica. Già gli Egiziani nel 3000 a.C., i Cinesi della dinastia Ming (2200 a.C.), il popolo ebraico (vediamo il Libro dei Numeri) elaborarono censimenti, individuarono cluster territoriali, fecero rilevazioni statistiche. È a metà dell’Ottocento che nasce la statistica moderna, conseguenza o approdo di una serie di sviluppi delle scienze matematiche. Adolphe Quetelet (1796-1874), matematico e astronomo belga, considerato da molti il fondatore della statistica moderna, si occupò di calcolo delle probabilità e ne ricercò l’applicazione nel campo dei fenomeni sociali. Nel 1835 Quetelet aveva formulato la teoria cosiddetta dell’uomo medio, che ipotizzava il tipo fisico di una popolazione ottenuto attraverso la media aritmetica dei vari caratteri fisici dei suoi componenti.

“

LA STATISTICA  
VIENE RESA  
GRAFICAMENTE  
ATTRAGERSO LE  
INFOGRAFICHE:  
TAVOLE CAPACI DI  
RENDERE  
COMPENSIBILI, IN  
UN COLPO D'OCCHIO,  
GRANDI QUANTITÀ  
DI DATI.

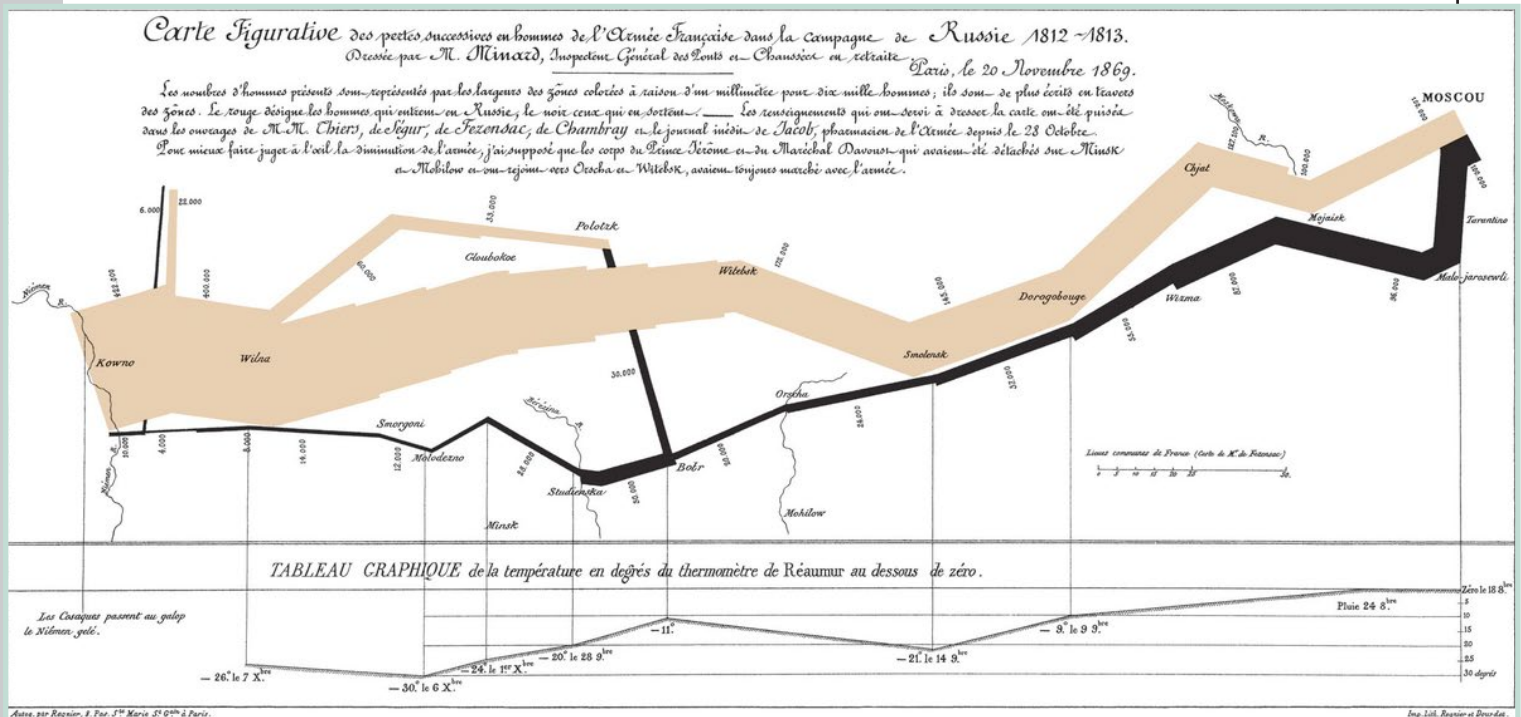
Indipendentemente dalla generalizzazione e dagli errori da essa generati, la statistica è un supporto, un tentativo di comprendere il mondo e i fenomeni. La statistica viene resa graficamente attraggerso le infografiche: tavole capaci di rendere comprensibili, in un colpo d'occhio, grandi quantità di dati in modo da raccontare attraverso le immagini, una notizia che sarebbe difficile da esprimere o addirittura invisibile. C'è chi fa risalire l'origine del *data visualization* (visualizzazione dei dati) addirittura alle pitture rupestri di Lascaux (13mila-15mila a.C.), dove le rappresentazioni di uomini e animali sono sistemate nello spazio con un certo gusto artistico (qualunque cosa volesse dire a quell'epoca), ma anche e soprattutto informativo. Erano un modo per trasmettere notizie agli altri cacciatori, veri e propri flussi di dati su come e dove trovare le prede migliori. E su come ingraziarsi gli spiriti per fare una buona caccia. Anche Aristotele affermava che l'anima non pensa mai senza un'immagine. Tuttavia è nel XVII secolo che avviene il passaggio e la mutazione della rappresentazione car-

tografica: da una funzione accessoria, tipicamente illustrativa, a una funzione attiva, sostantiva.

Esempi bellissimi di unione fra arte e scienza, fra abilità statistiche e abilità cartografiche, sono certamente le realizzazioni di Charles Joseph Minard. Famosa è la sua infografica sulla campagna russa delle armate napoleoniche realizzata nel 1812: in una sola immagine rappresentò la disfatta dell'esercito napoleonico. Le infografiche sono immagini che sintetizzano e comunicano una grande quantità di dati, ed è per questo che hanno riscontrano un grande utilizzo nei media a partire all'incirca dal 2007.

Infografiche e geostatistica danno forma ai dati, e questo è stato il tentativo alla base della costruzione dell'Atlante della distribuzione commerciale elaborato nei primi mesi del 2016. La prima lettura che ne deriva è data dall'evidente corrispondenza fra politiche commerciali e ricadute di queste nella trasformazione del territorio. Rimandiamo alle elaborazioni grafiche e alle schede per ciascuna regione che seguono la lettura dei dati di questo Atlante le cui mappe erano care all'amico Onorio.

32



CHARLES MINARD, LA CAMPAGNA DI RUSSIA (IN "CARTE FIGURATIVE DES PERTES SUCCESSIVES EN HOMMES DE L'ARMÉE FRANÇAISE DANS LA CAMPAGNE DE RUSSIE 1812-1813").

“

LE SFIDE CHE ANCORA  
RESTANO DA AFFRONTARE  
SONO QUELLE  
DI COMPLETARE IL  
CENSIMENTO DEI  
BENI ARCHITETTONICI  
EMILIANO-ROMAGNOLI  
E DI PORTARLO SEMPRE  
PIÙ NELLA QUOTIDIANITÀ  
DELLA GESTIONE.



## ANALISI DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

L'atlante della grande distribuzione si pone come obiettivo quello di analizzare la distribuzione degli esercizi della GDO su scala nazionale. L'utilizzo del dato georiferito permette di poter visualizzare la distribuzione sul territorio dello stesso, ma permette soprattutto l'applicazione di una serie di strumenti analitici al fine di una migliore comprensione dei fenomeni che tale distribuzione crea sul territorio preso in esame, sia se considerato da solo, sia se incrociato con altri dati. I dati sugli esercizi della grande distribuzione organizzata sono dati per loro natura puntuali e, l'applicazione di tecniche di interpolazione spaziale permette di poter visualizzare lo stesso contenuto in modi differenti, tali da poterne ricavare informazioni differenti.

L'atlante parte da un'analisi della distribuzione a scala nazionale, con uno studio sull'incidenza delle diverse categorie di esercizi GDO per ogni regione, andando a evidenziare l'incidenza di alcune tipologie di esercizio tra supermercati, ipermercati e discount rispetto ad altre in una visione d'insieme.

All'interno dell'atlante viene condotta un'analisi della distribuzione degli esercizi GDO per ogni regione. La tipologia di analisi utilizzata è la Kernel density estimation. Si tratta di un metodo ampiamente utilizzato in analisi territoriali per la stima della concentrazione di un fenomeno sul territorio. Attraverso l'interpolazione su di una superficie continua della densità dei punti è possibile identificare e quantificare le aree più soggette a fenomeni di addensamento per la porzione di territorio in esame. Inoltre, nel caso di stime della densità come quella che viene operata sull'intero territorio nazionale, si considera l'effettiva concentrazione dei punti sul territorio, trascurando i

limiti amministrativi non significativi nei fenomeni reali e tenendo conto delle aree in cui i punti risultano molto addensati o sovrapposti. Inoltre, dal momento che la tecnica utilizzata può pesare maggiormente gli oggetti vicini fra loro rispetto a quelli lontani, si riesce a tener conto in parte dei fenomeni di interazione e collegamento fra attività economiche limitrofe. Infine, nei casi in cui la densità viene ponderata sulla base di altri fattori, come la dimensione degli esercizi o la tipologia, è possibile visualizzare effetti di interazione e altre relazioni complesse.

Quello della Kernel density è un metodo di analisi che se adottato deve essere applicato tenendo in considerazione una serie di fattori, primo fra tutti quello della scala di analisi. Un elemento fondamentale nella Kernel density estimation è l'impostazione dell'area intorno ad ogni punto e quindi del raggio (bandwidth), che rappresenta lo spazio di interpolazione intorno ad ogni punto. Di conseguenza a seconda del fenomeno che si vuole analizzare o porre in maggior risalto la misura del raggio sarà differente. Per le rappresentazioni è stato scelto un raggio fisso di 7,5 km.

Le mappe mostrano la distribuzione dei punti riferiti alla GDO sui territori regionali. Gli output ovviamente sono molteplici a seconda della regione, poiché ogni regione presenta delle caratteristiche differenti per quanto riguarda il sistema degli insediamenti e, la distribuzione degli esercizi della grande distribuzione organizzata riflette in parte queste impostazioni. È stata scelta una legenda unificata per operare una comparazione più efficace. In tutte le carte sono stati impostati i limiti dei valori minimo e medio nelle tre classi di legenda, non potendo ovviamente agire sui valori massimi. Il limite del valore medio per tutte le regioni è di 0,2 es/kmq, mentre la classe media va da 0,21 a 1 es/kmq. Tutti i valori superiori ad 1 es/kmq vengono considerati alta densità.



Questa classificazione mette in evidenza una distribuzione differente da regione a regione. In regioni come il Piemonte ad esempio si osserva un'elevata polarizzazione delle attività sulla città di Torino, dove si raggiunge una densità di 3,45 es/kmq, mentre nel resto della regione non si osservano polarizzazioni con densità intermedie significative. Nella regione Veneto invece si osserva un'elevata presenza di densità variabile tra 0,2 e 1 es/kmq, quindi intermedia, ed una scarsa presenza di densità alte, arrivando ad un picco di 1,25 es/km nella classe più alta. Nelle zone dove i punti si addensano il colore tende al rosso, mentre tende al verde nelle aree con densità minore.

### **}} RAPPRESENTAZIONI TRIDIMENSIONALI**

Vengono restituiti i valori di densità su uno spazio tridimensionale, assegnando valori di z al raster rappresentante la kernel density regionale. Per comodità di lettura ed efficacia di rappresentazione la scala cromatica non è la stessa utilizzata per rappresentare la mappa al lato ma

semplicemente una scala di colori dal verde al rosso, dalle basse alle alte concentrazioni. Di conseguenza in queste rappresentazioni stessi colori non corrispondono a stessi valori ed in ogni regione uno stesso valore ha colore differente.

### **}} DENSITÀ DI POPOLAZIONE E NUMERO DEGLI ESERCIZI**

Le elaborazioni che seguono sono relative alla densità di popolazione, una rappresentazione della distribuzione degli esercizi sul territorio regionale classificati per tipologia ed alcuni dati statistici<sup>1</sup> aventi contenuti riguardanti la disoccupazione, l'incidenza della popolazione straniera sul totale, dati sui redditi e dati sull'incidenza dei consumi relativi all'alimentare delle famiglie italiane.

<sup>1</sup>Per quanto riguarda i dati relativi alla densità di popolazione, si tratta di un dato Eurostat del 2011. Per tutti gli altri dati la fonte è ISTAT; i dati relativi ai redditi medi familiari sono del 2013, quelli relativi ai consumi alimentari sono del 2014.

“

**VENGONO RESTITUITI I VALORI DI DENSITÀ SU UNO SPAZIO TRIDIMENSIONALE.**



**SIS.TER®**  
CONNECTING KNOWLEDGE

**consulenza e servizi nell'ambito  
delle applicazioni di informatica geospaziale**

**Sis.Ter s.r.l.**  
Via Mentana, 10  
40026 Imola (Bo)  
Tel. 0542.364030  
Fax 0542.367917  
www.sis-ter.it  
sister@sis-ter.it



**CITYOMNIS™**

# PIEMONTE

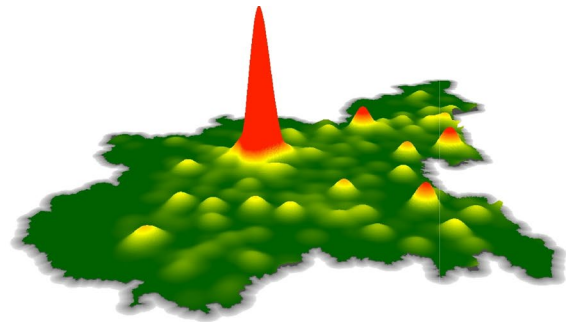
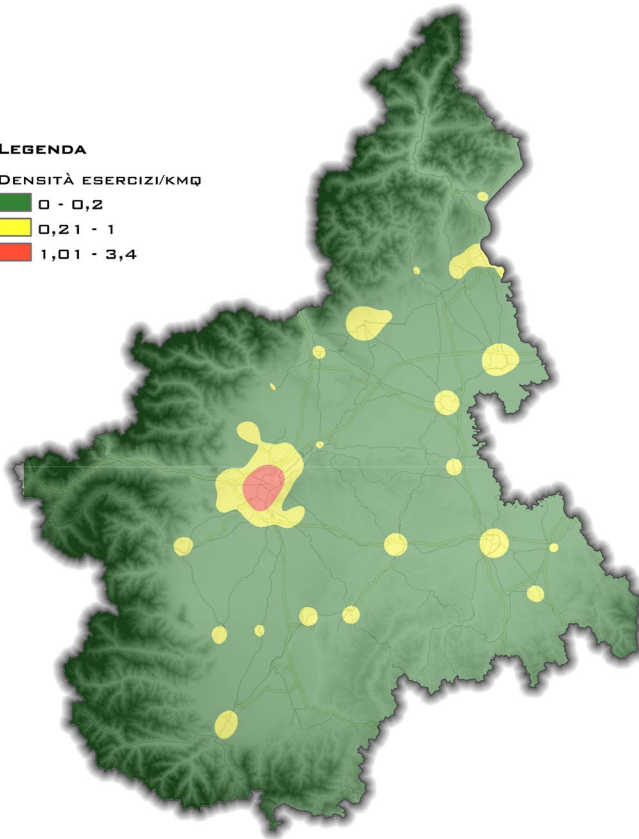
## LEGENDA

DSC: discount | IPR: ipermercati | SMA: supermercati  
Per quanto riguarda i dati relativi alla densità di popolazione, si tratta di un dato Eurostat del 2011. Per tutti gli altri dati la fonte è ISTAT; i dati relativi ai redditi medi familiari sono del 2013, quelli relativi ai consumi alimentari sono del 2014.

### LEGENDA

DENSITÀ ESERCIZI/KMQ

- 0 - 0,2
- 0,21 - 1
- 1,01 - 3,4

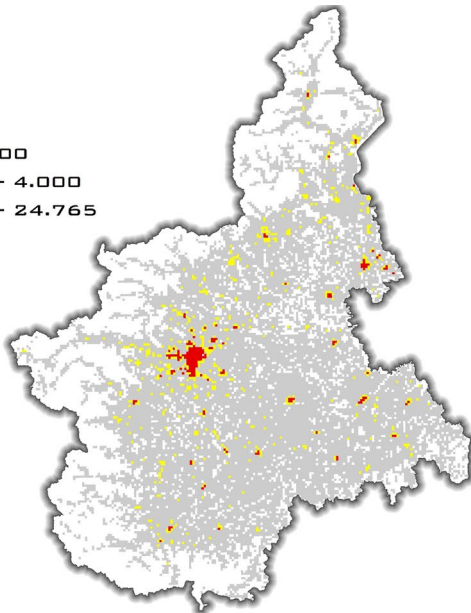


Nella regione Piemonte si individua un'alta concentrazione di esercizi nell'area metropolitana di Torino, mentre per il resto del territorio si osserva una distribuzione abbastanza omogenea con delle concentrazioni significative nella zona di Alessandria, Novara e Biella. Resta comunque la città di Torino l'area in cui vi è una concentrazione superiore ad 1 esercizio per kmq, fenomeno che si osserva per quasi tutta l'area comunale torinese.

### LEGENDA

AB/KMQ

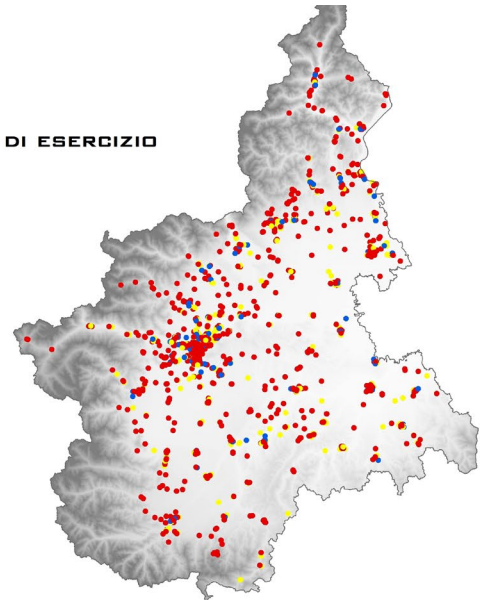
- 1 - 1.000
- 1.001 - 4.000
- 4.001 - 24.765



### LEGENDA

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO

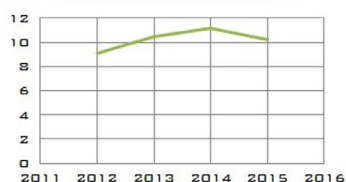
- DSC
- IPR
- SMA



## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

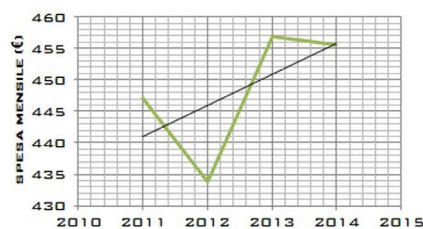
#### VARIAZIONE TASSO



### PRESENZA STRANIERI

2012	2015
360.821	425.448
INCREMENTO : 17,9%	
INCIDENZA STRANIERI SU POP	
2012	2015
8,2%	9,6%

### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



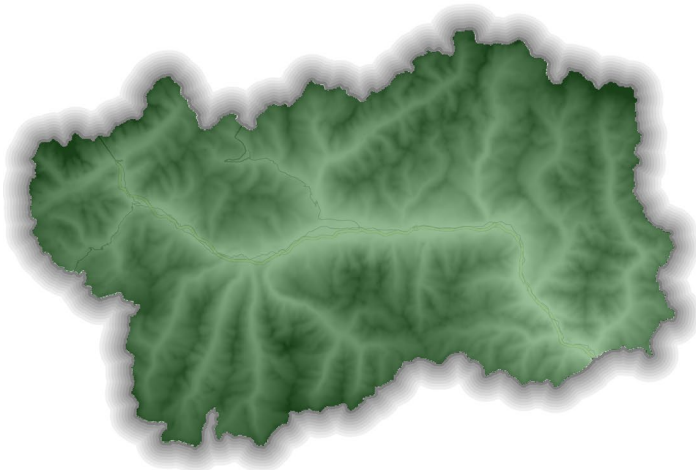
29572 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

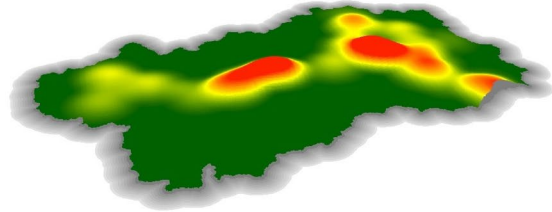
18,4%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# ▶ VALLE D'AOSTA

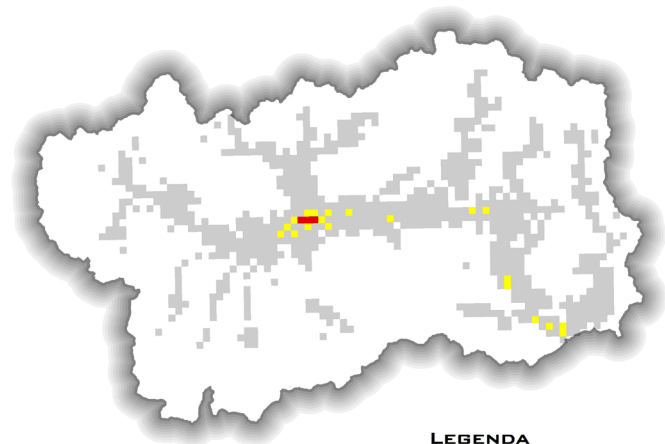


**LEGENDA**  
ESERCIZI/KM²  
0 - 0,19

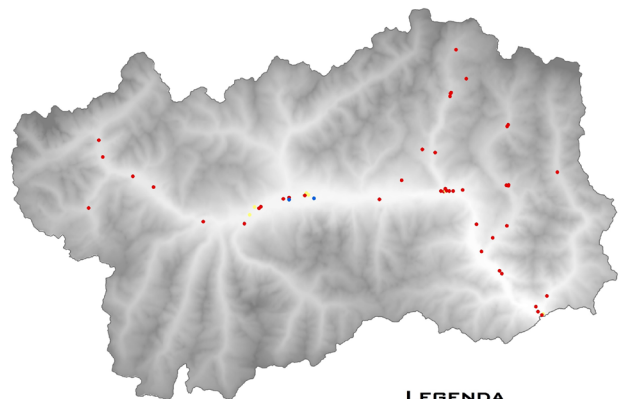


La Val d'Aosta è l'unica regione in Italia dove non si registra in tutto il territorio regionale nemmeno un valore di 0,2 esercizi per chilometro quadrato. Il valore più elevato, 0,19 es/kmq, si trova nella città capoluogo. La rappresentazione tridimensionale mostra in modo più definito la concentrazione degli esercizi lungo l'asse autostradale.

36



**LEGENDA**  
AB/KM²  
0 - 1.000  
1.001 - 4.000  
4.001 - 9.634

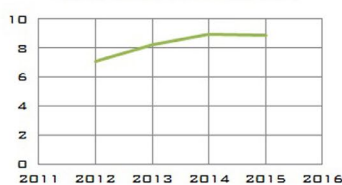


**LEGENDA**  
TIPOLOGIA ESERCIZIO  
DSC  
IPR  
SMA

## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIAZIONE TASSO

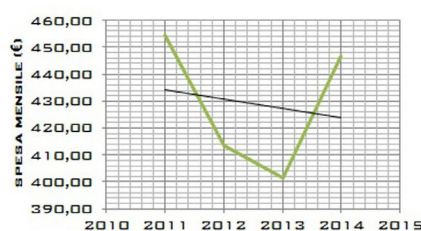


### PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
8.473 9.075  
INCREMENTO : 7,1%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
6,6% 7%

### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



29.634 €

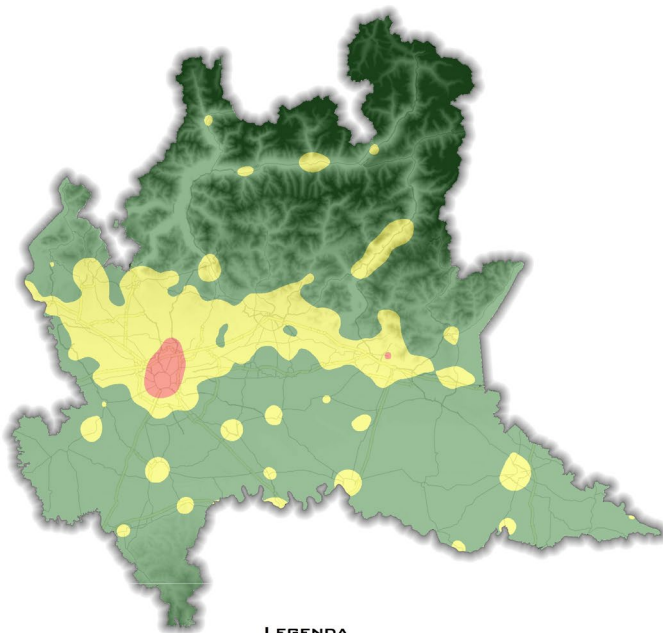
REDDITO MEDIO FAMIGLIE

18,08%

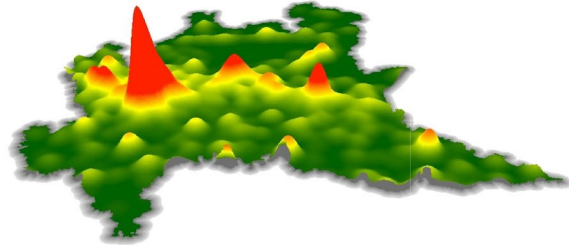
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO



# LOMBARDIA

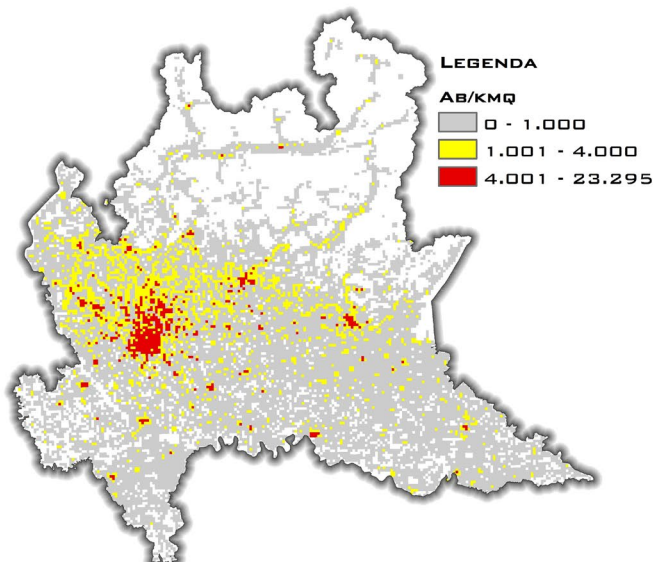


**LEGENDA**  
ESERCIZI/KMQ  
0 - 0,2  
0,21 - 1  
1,01 - 2,6

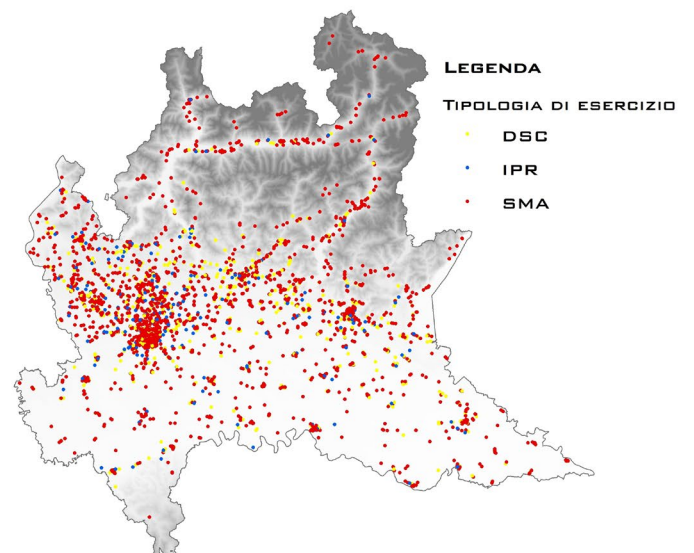


In Lombardia si manifesta un'alta concentrazione di esercizi in tutta la zona metropolitana milanese. L'area comprendente le città di Brescia, Bergamo, Como, Varese e ovviamente Milano, ricade tutta nella seconda classe e di conseguenza si hanno delle densità di esercizio che vanno da 0,2 es/kmq a 1 es/kmq. Il valore di picco si ha nella città di Milano, 2,6 es/kmq, che se comparato con le altre grandi città italiane resta comunque piuttosto basso. Il resto del territorio è caratterizzato da addensamenti in corrispondenza dei capoluoghi di provincia dove non si supera mai la seconda classe.

37



**LEGENDA**  
AB/KMQ  
0 - 1.000  
1.001 - 4.000  
4.001 - 23.295



**LEGENDA**  
TIPOLOGIA DI ESERCIZIO  
DSC  
IPR  
SMA

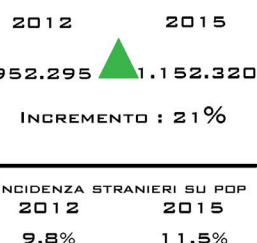
## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIATIONE TASSO



### PRESENZA STRANIERI



### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



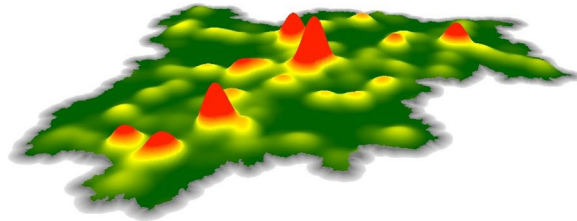
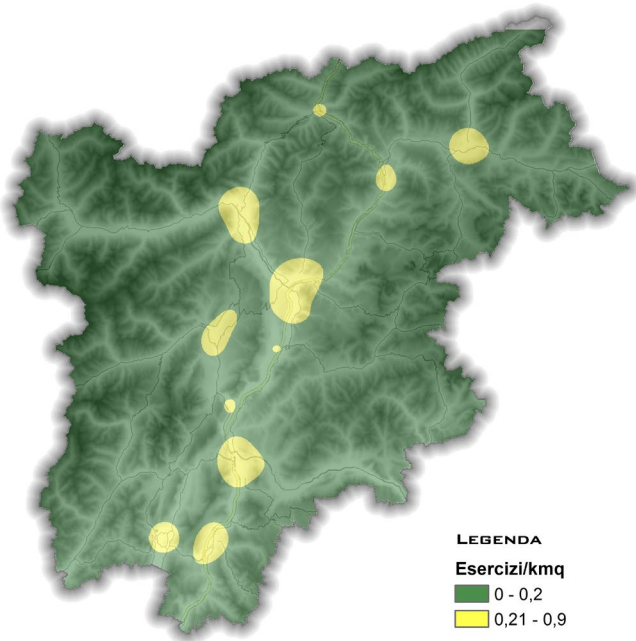
**34.456 €**

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

**15,11%**

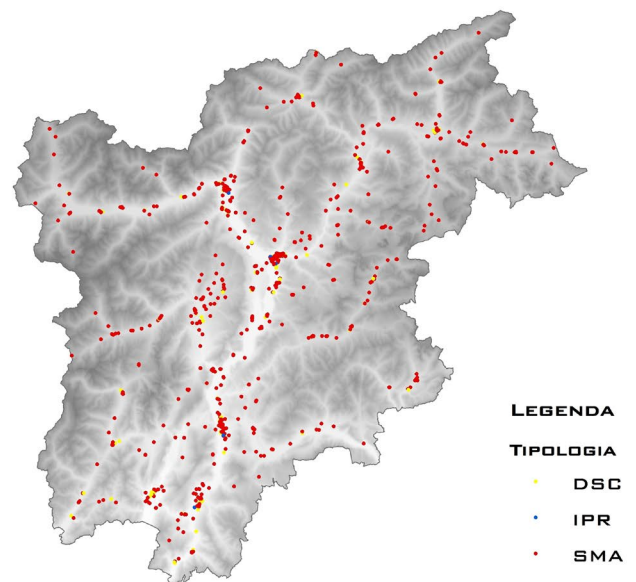
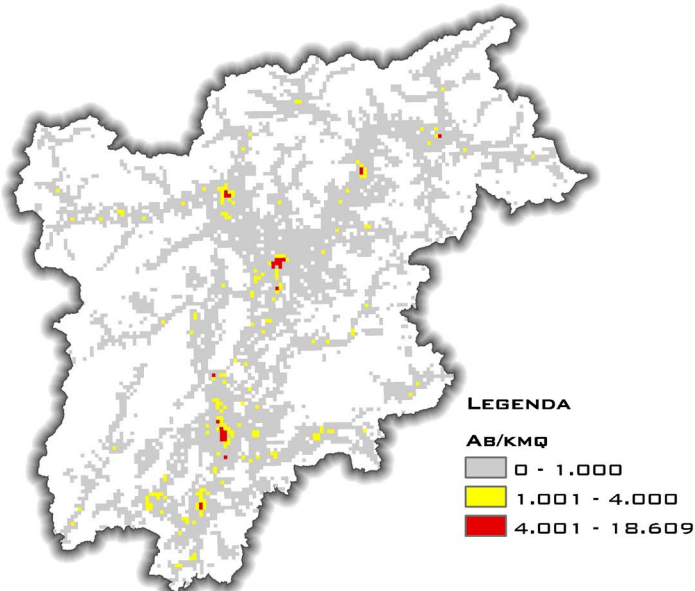
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# TRENTINO-ALTO ADIGE



Il Trentino-Alto Adige è una di quelle regioni dove non c'è nessuna area ricadente nella terza classe. Le principali concentrazioni di esercizi si trovano nelle città capoluogo e più in generale lungo gli assi autostradali.

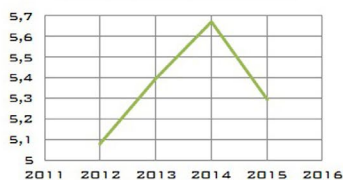
38



## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIAZIONE TASSO



### PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
85.530 96.149  
INCREMENTO : 12,4%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
8,3% 9,1%

### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



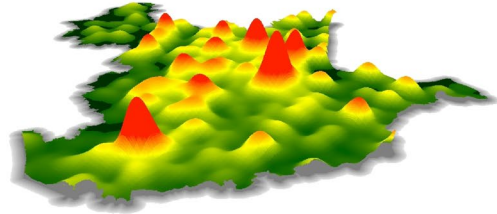
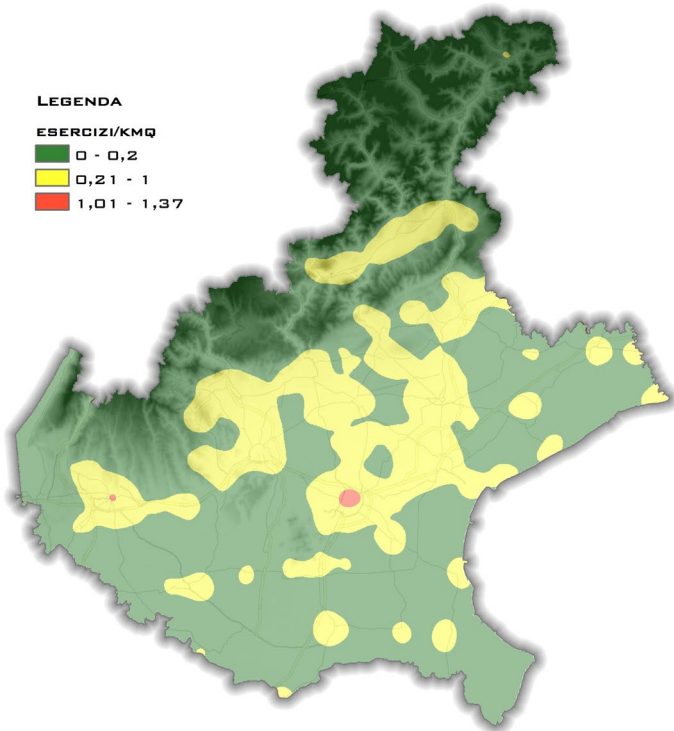
36.107 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

15,05%

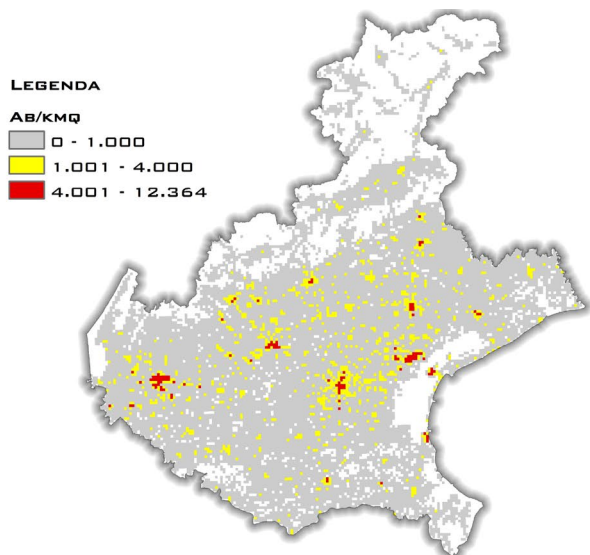
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# VENETO



In Veneto quasi la metà del territorio regionale ricade nella seconda classe. Questo è dovuto in parte anche al sistema insediativo veneto, soprattutto nell'area centrale della regione dove vi è una concentrazione di esercizio senza soluzione di continuità tra le principali città. Il dato significativo è che la concentrazione maggiore si registra nella città di Padova con appena 1,37 es/kmq, valore molto basso se confrontato con altre realtà italiane. La rappresentazione tri-dimensionale sottolinea questo fenomeno evidenziando come ci siano pochissime aree con valori nulli, se non quelle corrispondenti al sistema montuoso.

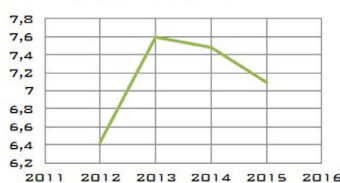
39



## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

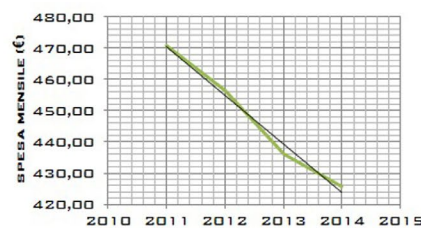
#### VARIAZIONE TASSO



### PRESENZA STRANIERI



### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



31.416 €

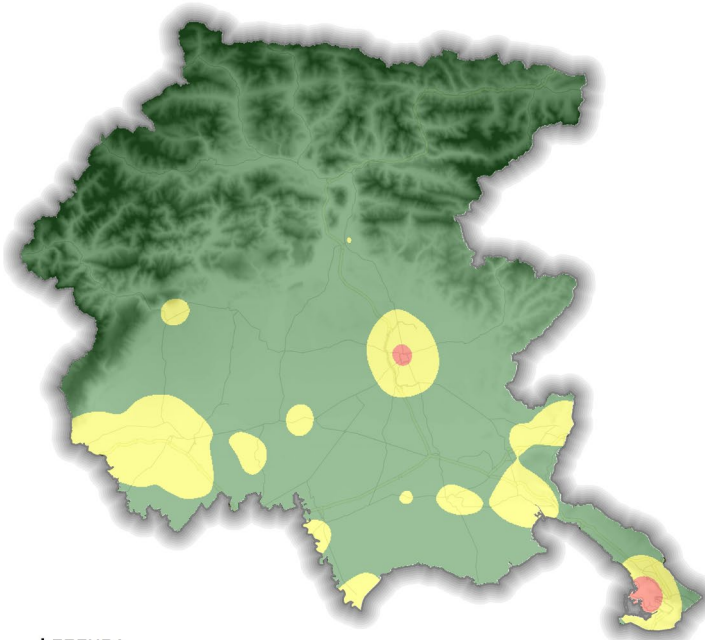
REDDITO MEDIO FAMIGLIE

16,2%

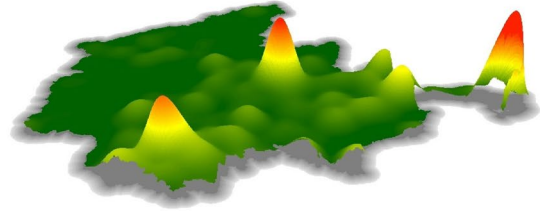
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO



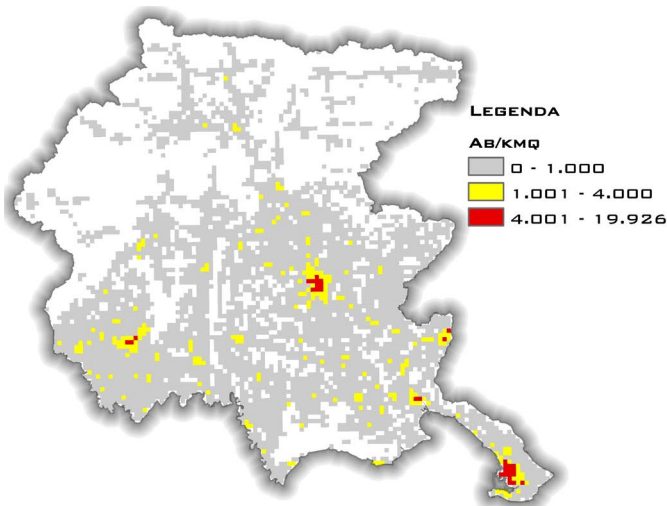
# FRIULI-VENEZIA GIULIA



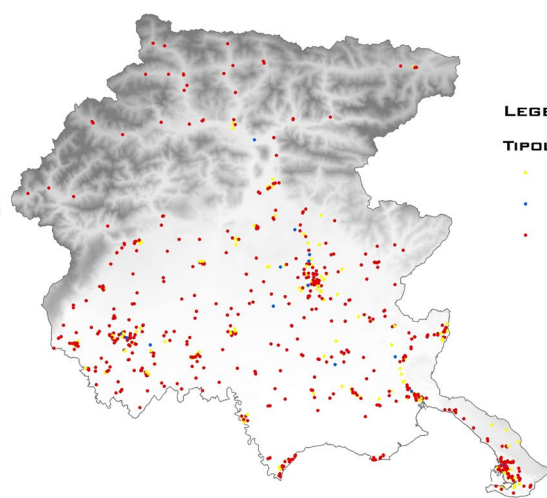
**LEGENDA**  
ESERCIZI/KMQ  
0 - 0,2  
0,21 - 1  
1,01 - 1,4



In Friuli-Venezia Giulia si osservano tre ad-densamenti significativi corrispondenti con le città di Pordenone, Udine e Trieste. Il pic-co di concentrazione si ha nella città di Trie-ste con 1,4 es/kmq. Dalla rappresentazione tridimensionale si nota come ci siano molte aree con valori molto bassi (anche nulli) per gran parte del territorio regionale.



**LEGENDA**  
AB/KMQ  
0 - 1.000  
1.001 - 4.000  
4.001 - 19.926

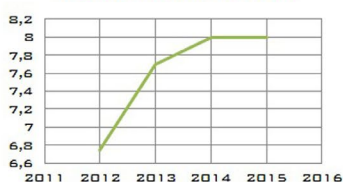


**LEGENDA**  
TIPOLOGIA  
DSC  
IPR  
SMA

## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIAZIONE TASSO

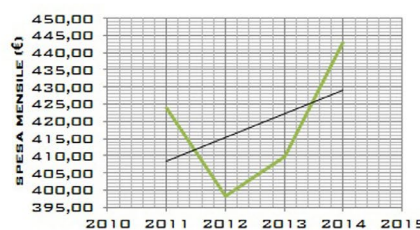


### PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
97.327 ▲ 107.559  
INCREMENTO : 10,5%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
7,9% 8,7%

### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



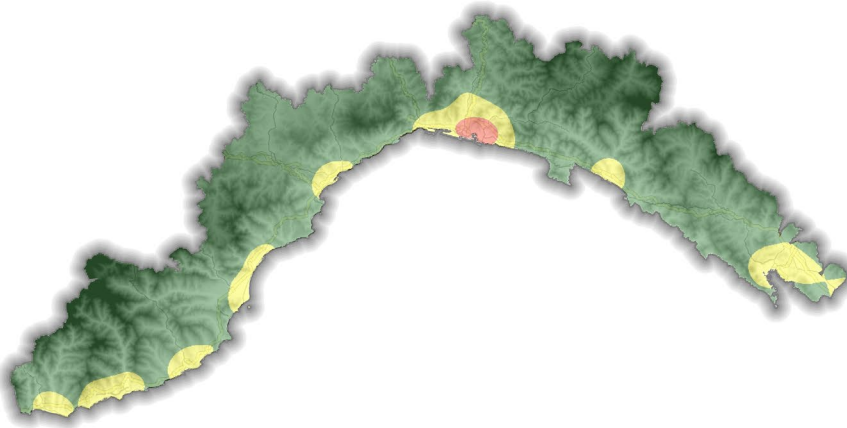
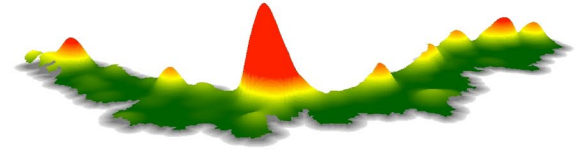
30.730 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

17,2%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# LIGURIA



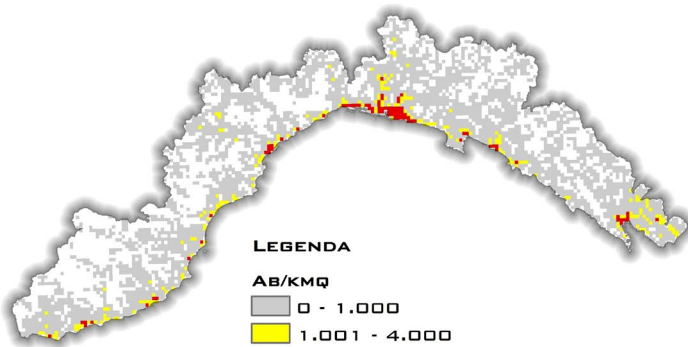
## LEGENDA

### ESERCIZI/KM²

- 0 - 0,2
- 0,21 - 1
- 1,01 - 1,5

In Liguria gli addensamenti più significativi si trovano in corrispondenza della costa. Tutti i capoluoghi ricadono nella seconda classe e il valore di picco, 1,5 es/kmq, si registra nella città di Genova.

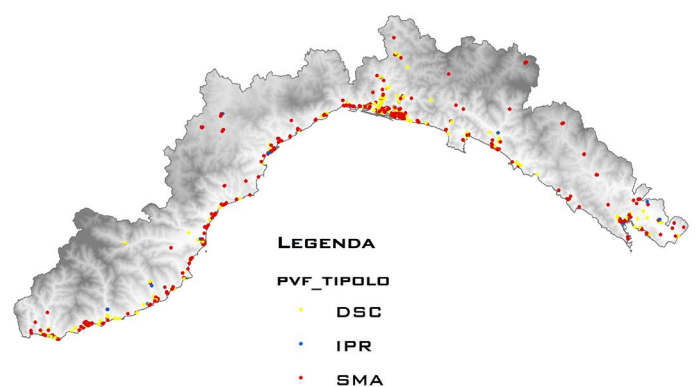
41



## LEGENDA

### AB/KM²

- 0 - 1.000
- 1.001 - 4.000
- 4.001 - 25.979



## LEGENDA

### PVF\_TIPOLO

- DSC
- IPR
- SMA

## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIAZIONE TASSO

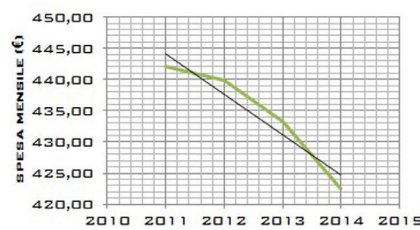


### PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
111.971 138.697  
INCREMENTO : 23,8%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
7,1% 8,7%

### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



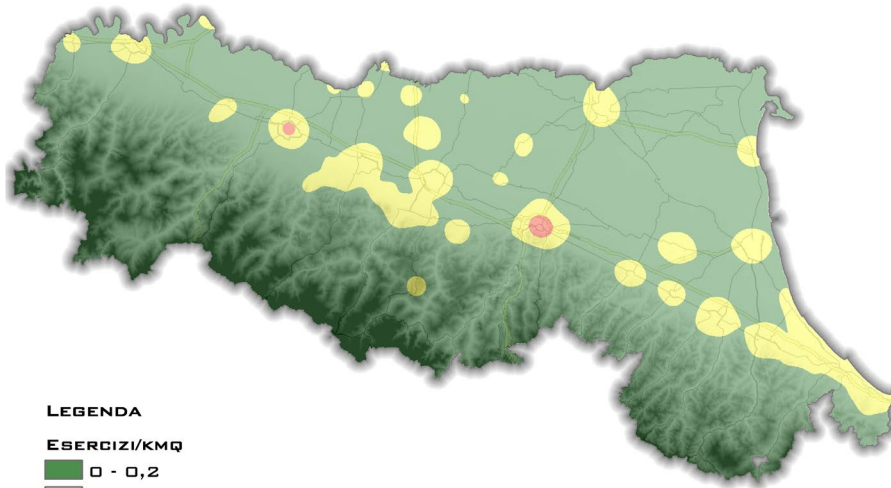
28.269 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

17,9%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

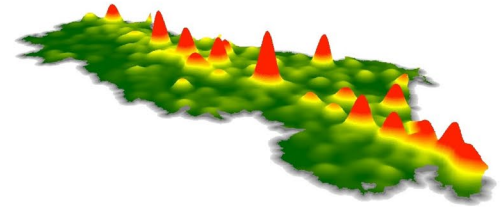
# EMILIA-ROMAGNA



## LEGENDA

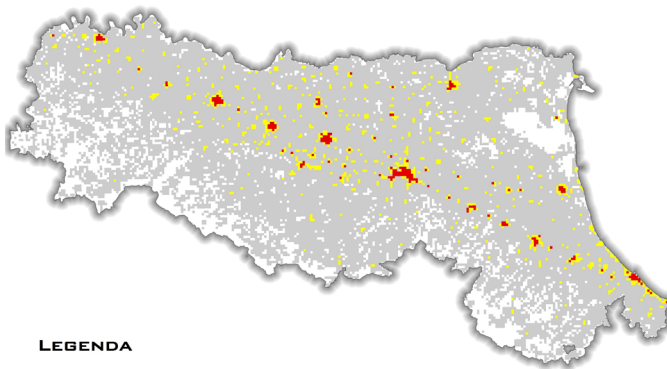
### ESERCIZI/KM²

- 0 - 0,2
- 0,21 - 1
- 1,01 - 1,5



In Emilia-Romagna le concentrazioni maggiori si hanno lungo tutto l'asse della A14. Significativi sono gli addensamenti tra le città di Rimini, Cesena e Forlì e quelli tra Modena e Reggio Emilia. I valori più elevati si hanno a Bologna e Parma, entrambe rappresentanti zone di addensamento unitarie. Come nel caso di altre regioni già analizzate risultano essere poche le aree con valori nulli, corrispondenti soltanto con la zona appenninica.

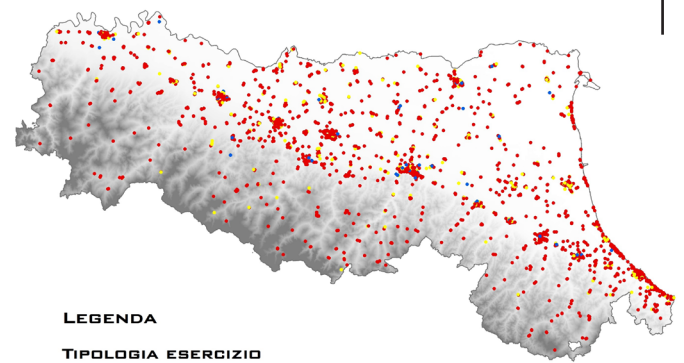
42



## LEGENDA

### AB/KM²

- 0 - 1.000
- 1.001 - 4.000
- 4.001 - 14.663



## LEGENDA

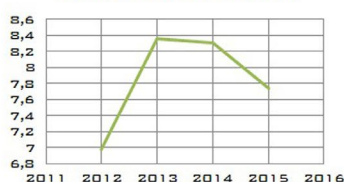
### TIPOLOGIA ESERCIZIO

- DSC
- IPR
- SMA

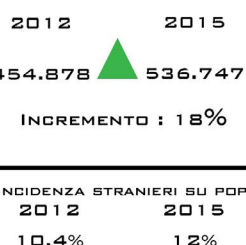
## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIATIONE TASSO



### PRESENZA STRANIERI



### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



34.066 €

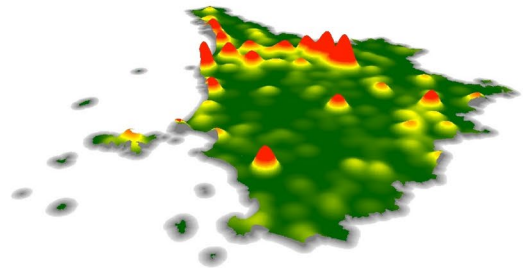
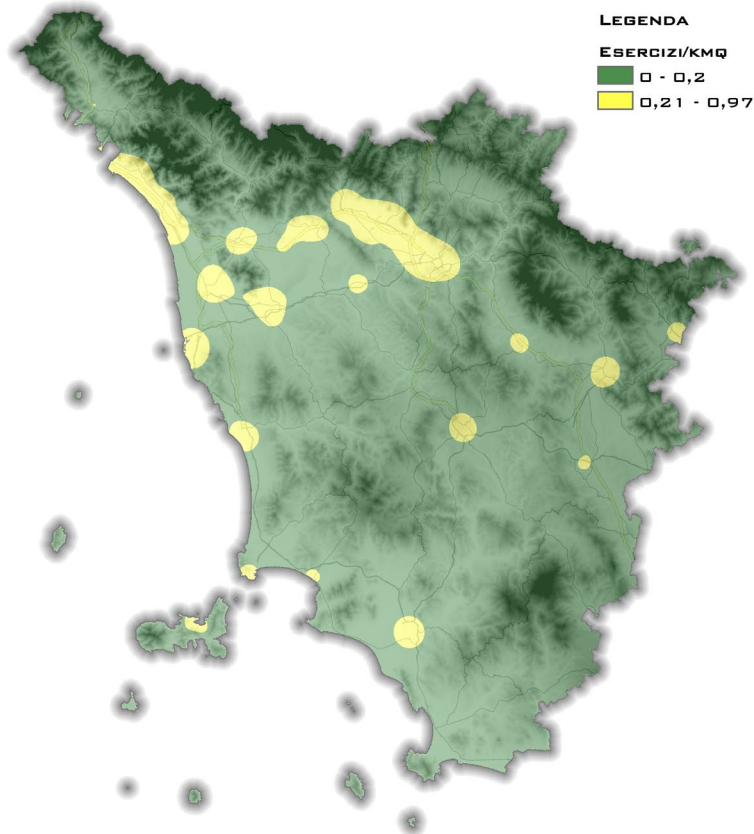
REDDITO MEDIO FAMIGLIE

14,9%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

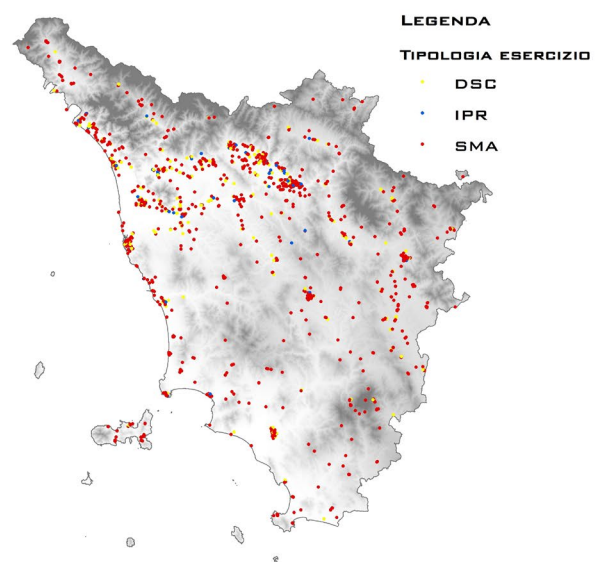
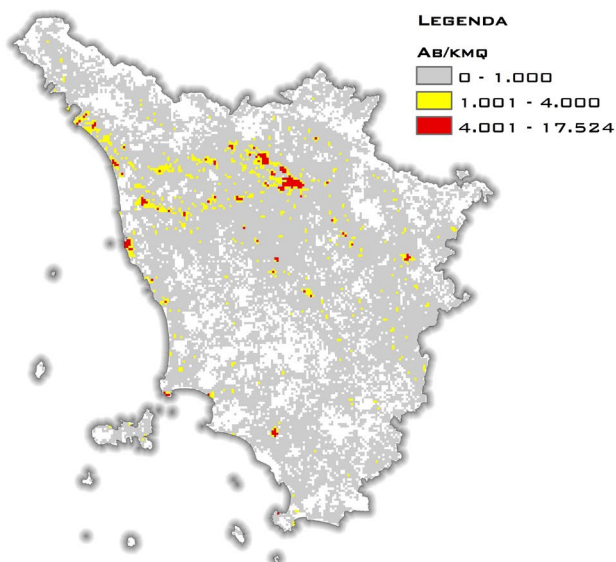


# TOSCANA



La Toscana mostra una situazione particolare: in tutta la regione infatti non c'è nemmeno una polarizzazione che ricada nella terza classe. I valori più elevati si hanno nell'area di Firenze, Prato e Pistoia con un picco di 0,97 es/kmq. Significativa a scala regionale è tutta l'area centrale divisa tra le provincie di Grosseto, Siena e Livorno, dove ci sono diverse aree con valori pressoché nulli.

43



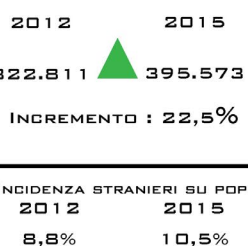
## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

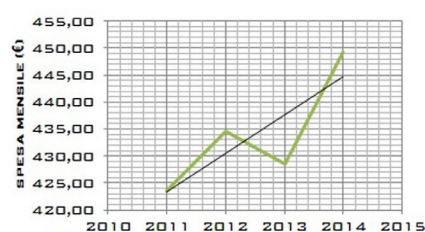
## VARIAZIONE TASSO



## PRESENZA STRANIERI



## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



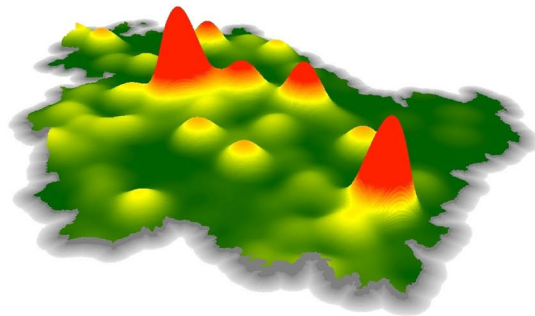
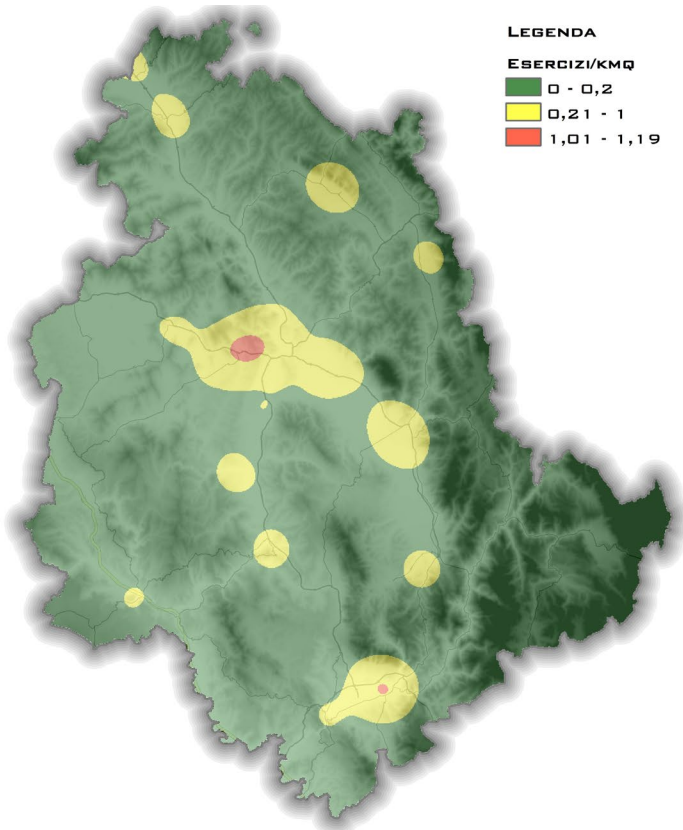
31.710 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

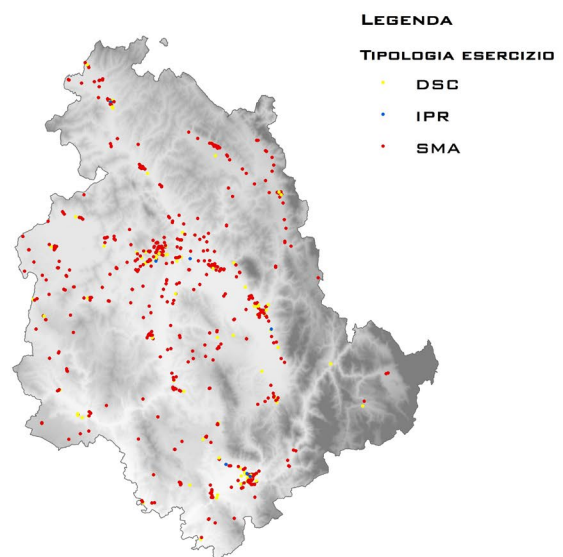
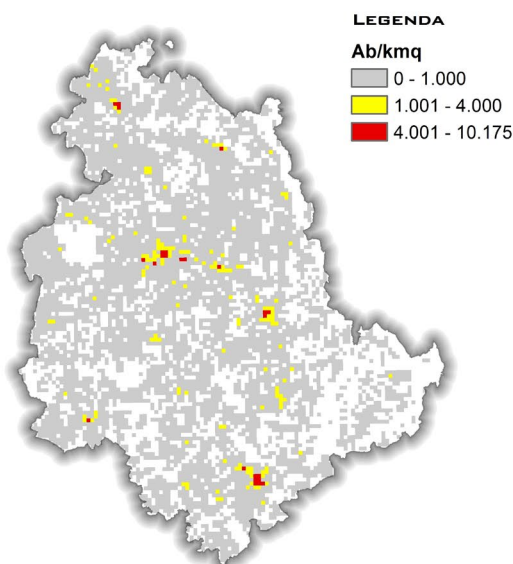
17%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# UMBRIA



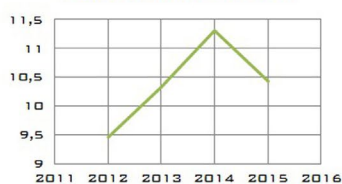
Anche in Umbria le maggiori polarizzazioni si concentrano lungo gli assi autostradali e nelle principali città capoluogo. Il valore più alto si ha a Perugia, 1,19 es/km, ma a livello regionale sono diverse le città che rientrano nella seconda classe: la situazione a livello regionale si presenta abbastanza omogenea.



## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIAZIONE TASSO



### PRESENZA STRANIERI



### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



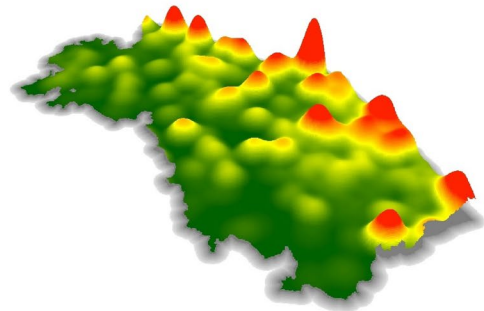
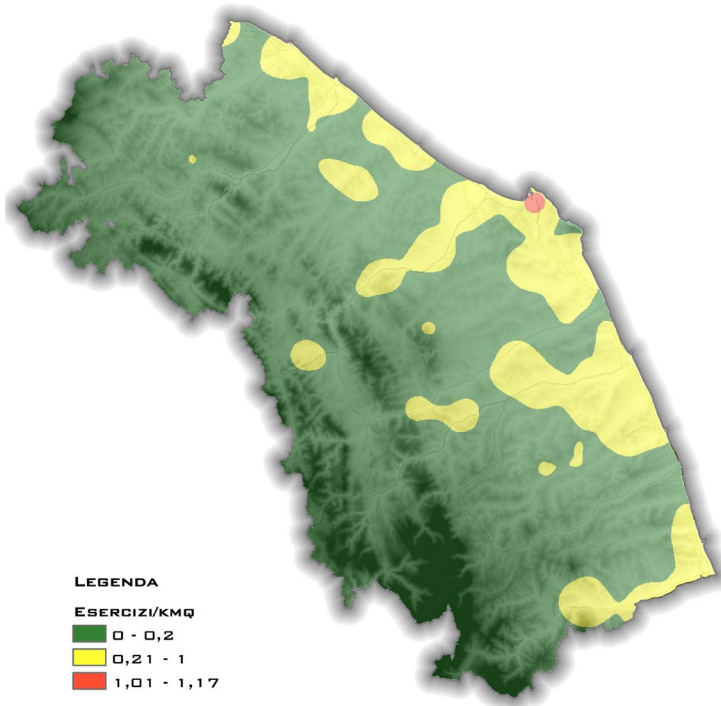
**30.161 €**

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

**17,8%**

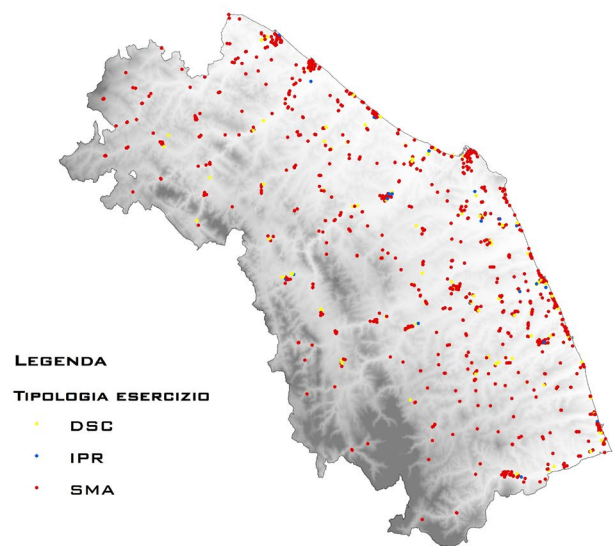
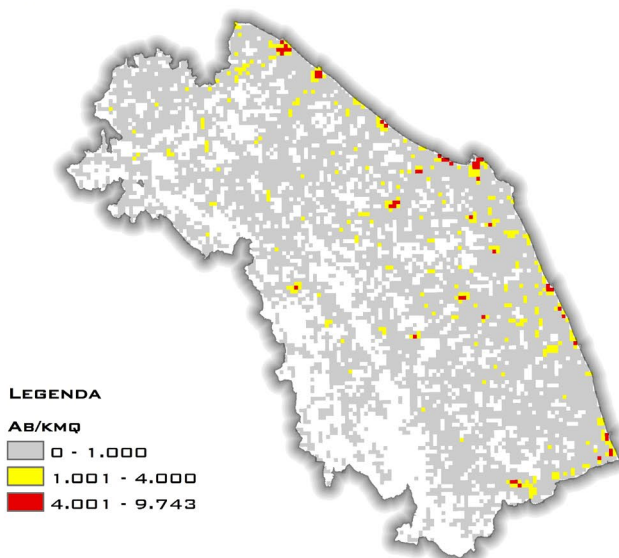
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# MARCHE



Nella regione Marche tutta l'area della costa è quasi interamente occupata da addensamenti significativi, ricadenti nella seconda classe. I valori più elevati si hanno ad Ancona, ma in tutta la regione la distribuzione è piuttosto equilibrata. Il 3D restituisce tale fenomeno, evidenziando come le uniche aree con valori nulli siano quelli appenniniche.

45



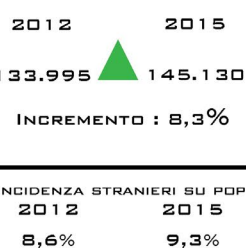
## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

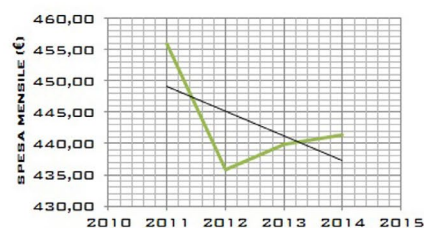
## VARIAZIONE TASSO



## PRESENZA STRANIERI



## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



31.411 €

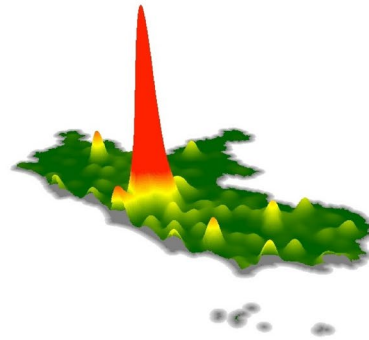
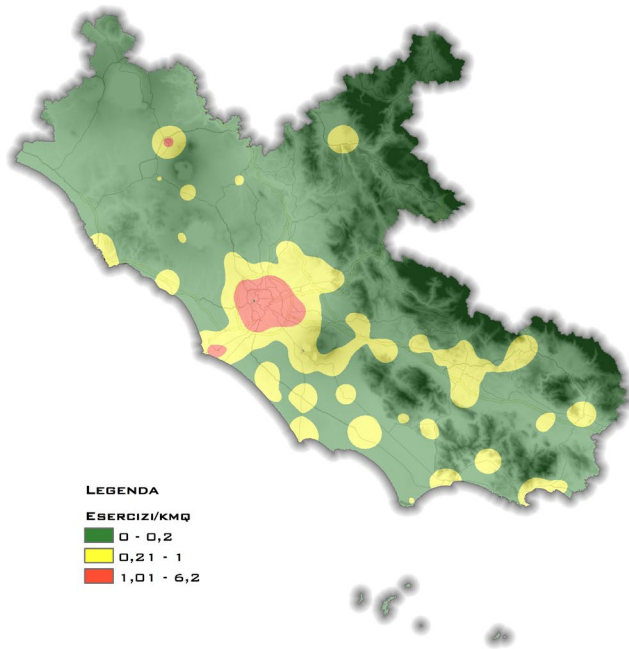
REDDITO MEDIO FAMIGLIE

16,8%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

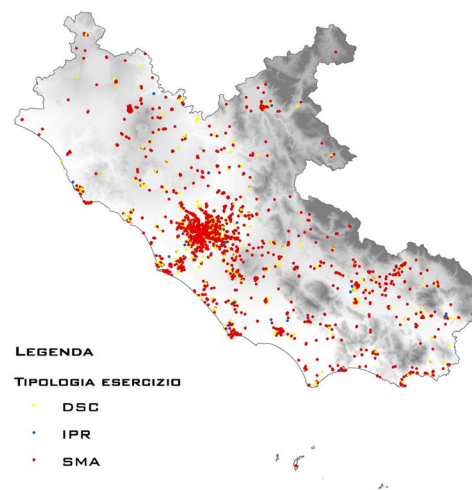
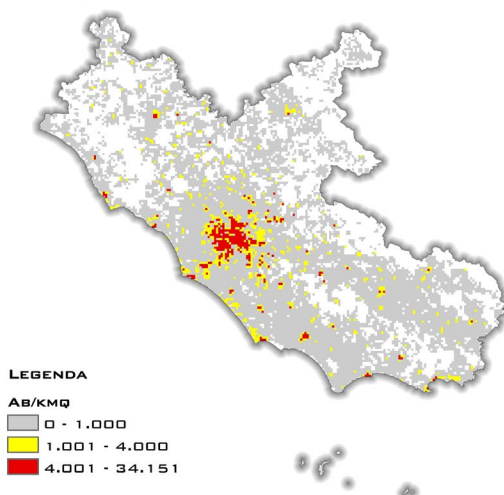


# LAZIO



Il Lazio è la regione dove si trovano i valori più elevati di densità. Il picco di valore a scala nazionale è 6,2 es/kmq e si trova proprio nella città di Roma. Quasi tutto il territorio della provincia di Roma ha una densità di esercizi che va da 0,2 es/kmq a 1 es km/q. Un addensamento significativo anche quello tra Frosinone e Sora. La città di Viterbo, anche se ha valori di densità elevati, resta piuttosto isolata rispetto al territorio circostante e gran parte del territorio provinciale è occupato da zone con valori quasi nulli. Dalla rappresentazione tridimensionale si evince ancora meglio quale sia la concentrazione intorno alla città di Roma e quale sia il ruolo di tale città all'interno della regione.

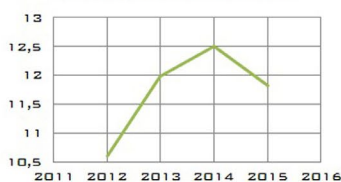
46



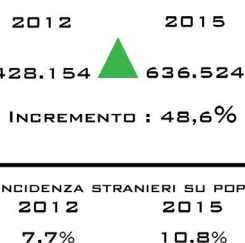
## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

## VARIAZIONE TASSO



## PRESENZA STRANIERI



## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



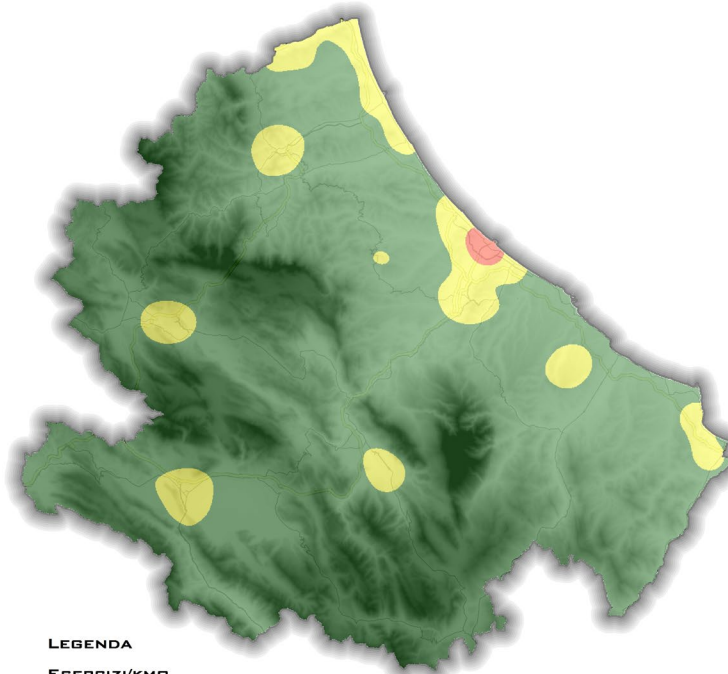
30.075 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

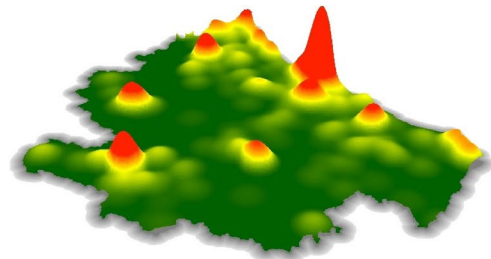
17,9%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

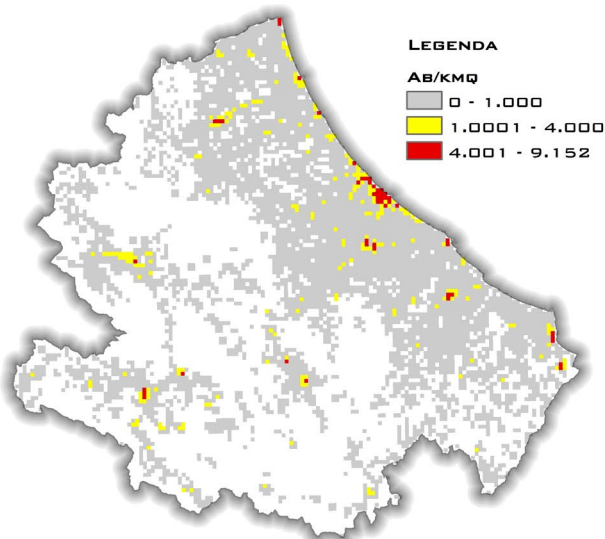
# ABRUZZO



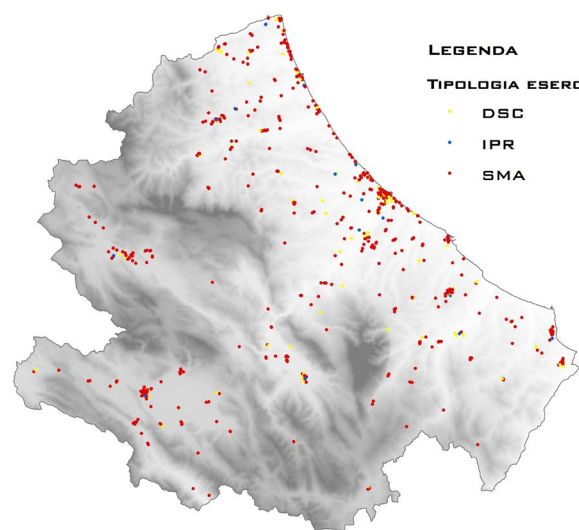
**LEGENDA**  
**ESERCIZI/KMQ**  
 0 - 0,2  
 0,21 - 1  
 1,01 - 1,6



In Abruzzo gli addensamenti maggiori si hanno lungo la costa. Il più importante è quello di Pescara dove si raggiunge un valore di 1,6 es/kmq. L'entroterra - oltre a degli addensamenti in corrispondenza de L'aquila, Avezzano e Sulmona - è interessato da valori nulli, presentandosi questi centri scarsamente interconnessi dal punto di vista commerciale.



**LEGENDA**  
**AB/KMQ**  
 0 - 1.000  
 1.0001 - 4.000  
 4.001 - 9.152

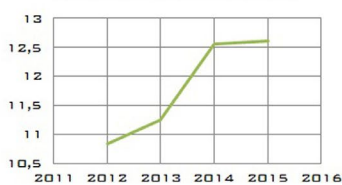


**LEGENDA**  
**TIPOLOGIA ESERCIZIO**  
 DSC  
 IPR  
 SMA

## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIAZIONE TASSO

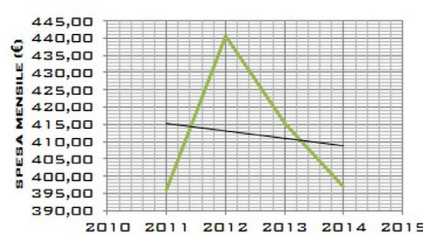


### PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
 68.761 86.245  
 INCREMENTO : 25,4%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
 2012 2015  
 5,2% 6,4%

### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



26.347 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

18,1%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

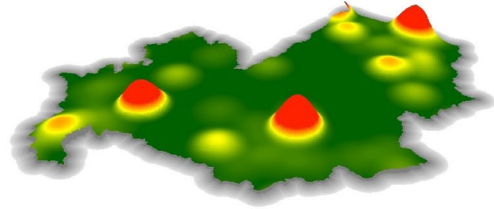
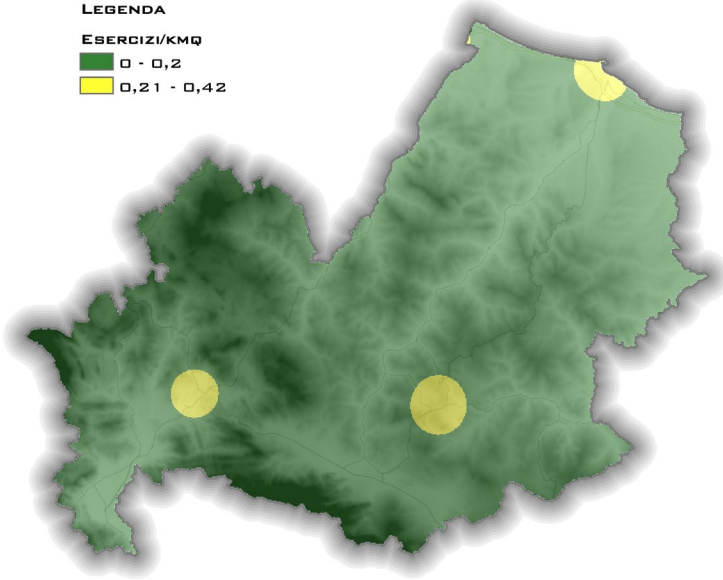
# MOLISE

## LEGENDA

### ESERCIZI/KMQ

0 - 0,2

0,21 - 0,42



La regione Molise presenta dei valori molto bassi di densità, non si supera lo 0,42 ab/kmq. Ovviamente questa bassa densità è dovuta ad una bassa densità abitativa della regione. Gli unici fenomeni di addensamento si verificano in corrispondenza dei principali centri abitati e in corrispondenza degli assi autostradali.

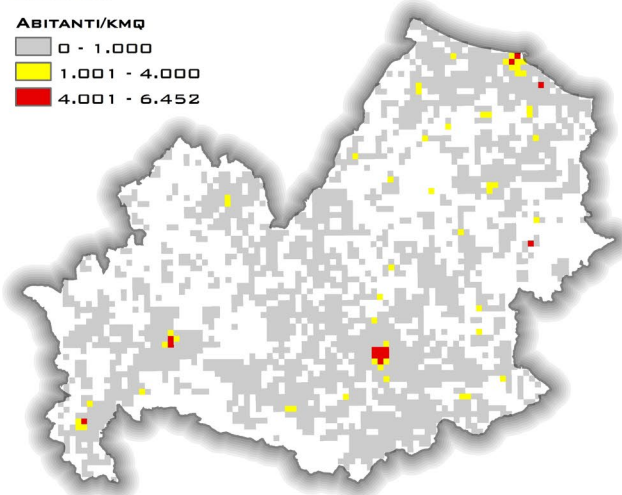
## LEGENDA

### ABITANTI/KMQ

0 - 1.000

1.001 - 4.000

4.001 - 6.452



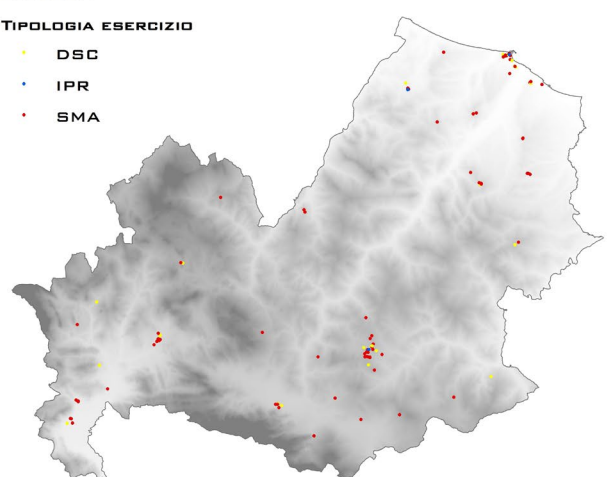
## LEGENDA

### TIPOLOGIA ESERCIZIO

DSC

IPR

SMA



## STATISTICHE REGIONALI

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

#### VARIAZIONE TASSO



### PRESENZA STRANIERI

2012 2015

8.146 10.800

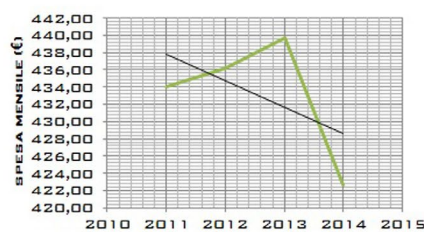
INCREMENTO : 32,5%

#### INCIDENZA STRANIERI SU POP

2012 2015

2,6% 3,4%

### SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



21.607 €

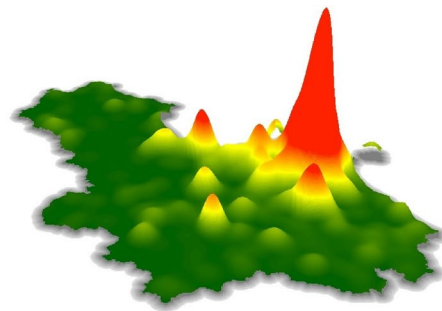
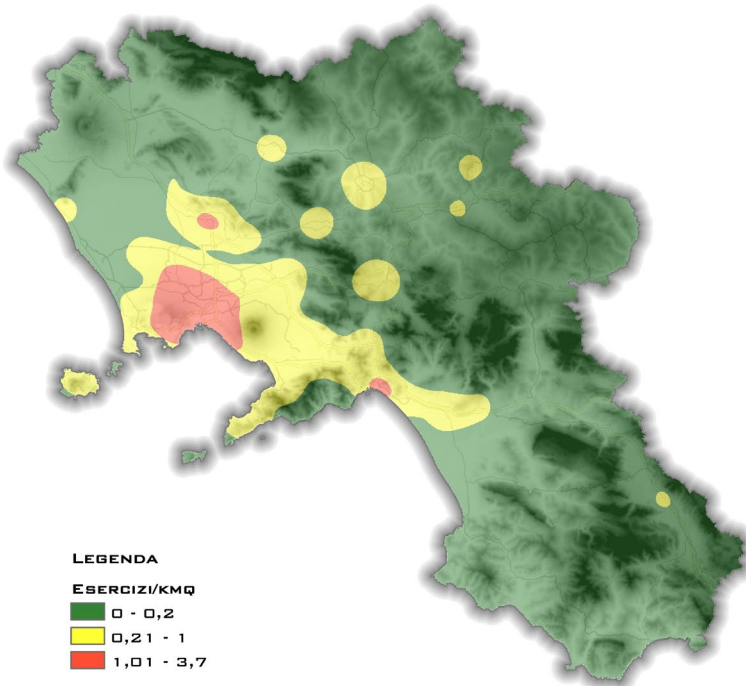
REDDITO MEDIO FAMIGLIE

23,4%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

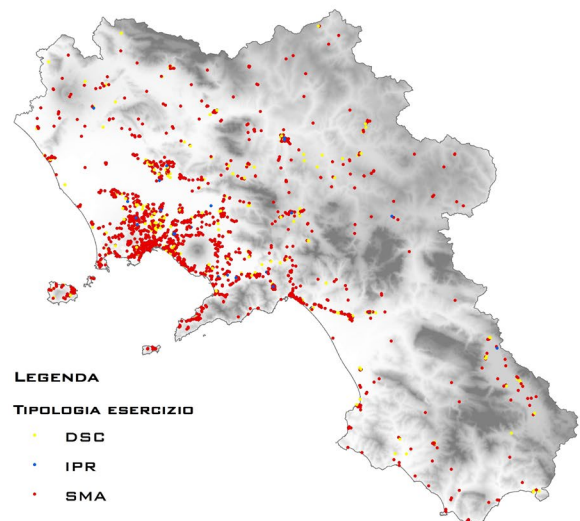
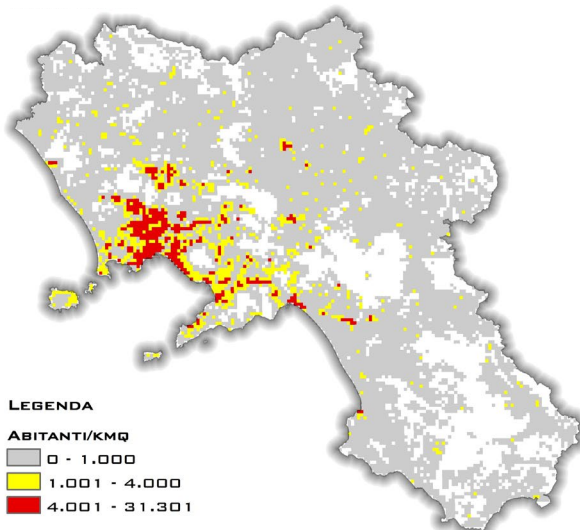


# CAMPANIA



In Campania, così come nel Lazio, quasi tutta la concentrazione commerciale si trova intorno alla città di Napoli. Tutta la provincia di Napoli si trova nella seconda classe, formando un'unica area con la città di Salerno e Caserta. Il valore più alto è proprio quello della città di Napoli, 3,4 es/kmq, secondo in Italia dopo Roma. Nel 3D si osserva come il resto del territorio sia quasi completamente privo di addensamenti commerciali al di fuori della grande area metropolitana napoletana.

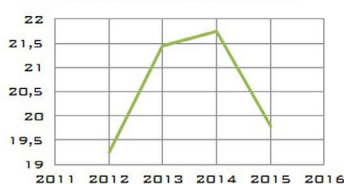
49



## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

## VARIAZIONE TASSO



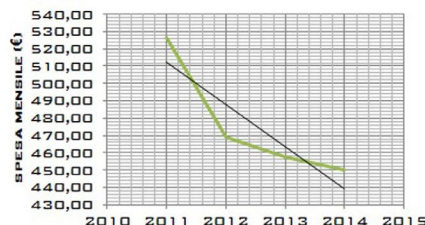
## PRESENZA STRANIERI

2012 2015

150.306  217.503  
INCREMENTO : 44,7%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
2,6% 3,7%

## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



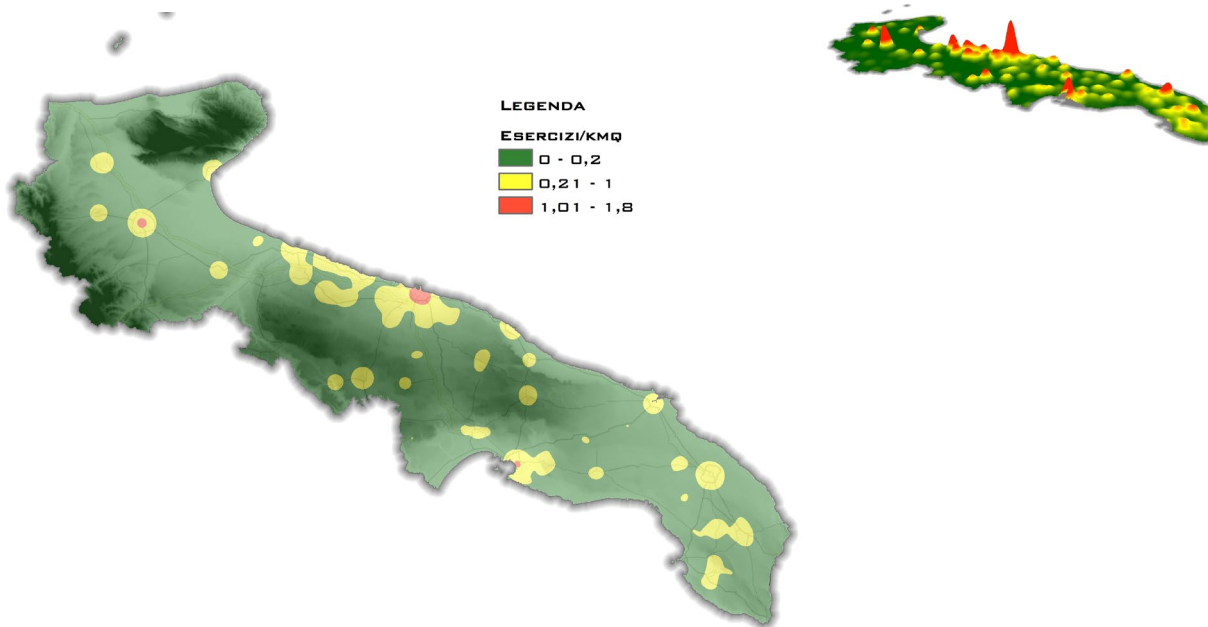
23.497 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

22,9%

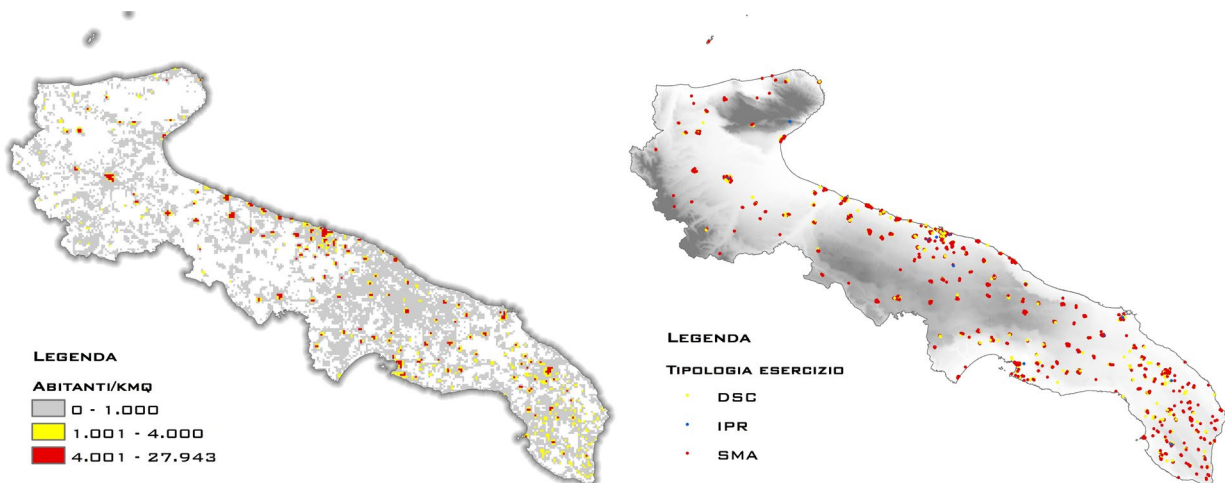
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# PUGLIA



La Puglia si caratterizza per una distribuzione commerciale piuttosto omogenea ed equilibrata. Sono diversi gli addensamenti in tutta la regione, corrispondenti con le città capoluogo ed altri comuni. Importante è l'addensamento nell'area metropolitana di Bari, dove si trova il valore più elevato (1,8 es/kmq).

50



## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

## VARIAZIONE TASSO

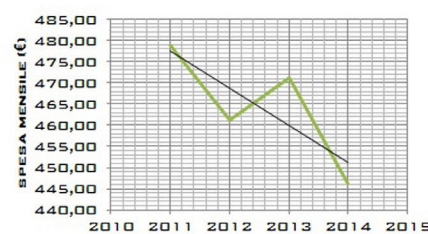


## PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
83.633 117.732  
INCREMENTO : 40%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
2% 2,8%

## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



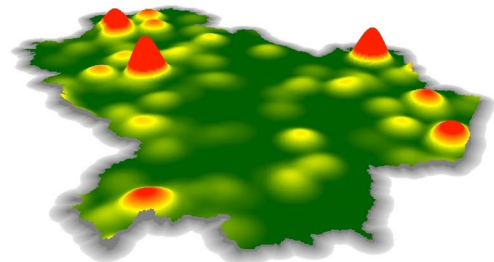
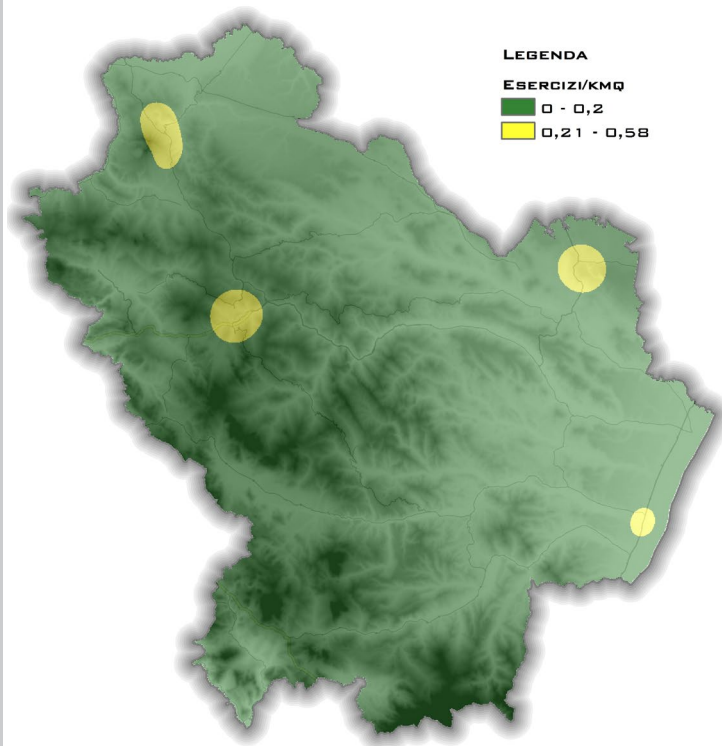
26.556 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

20,1%

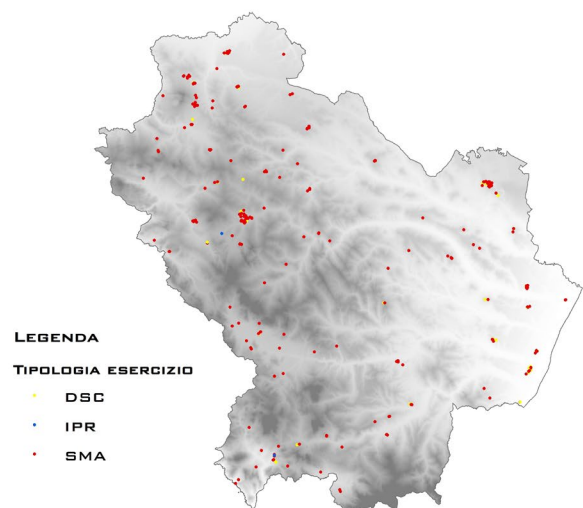
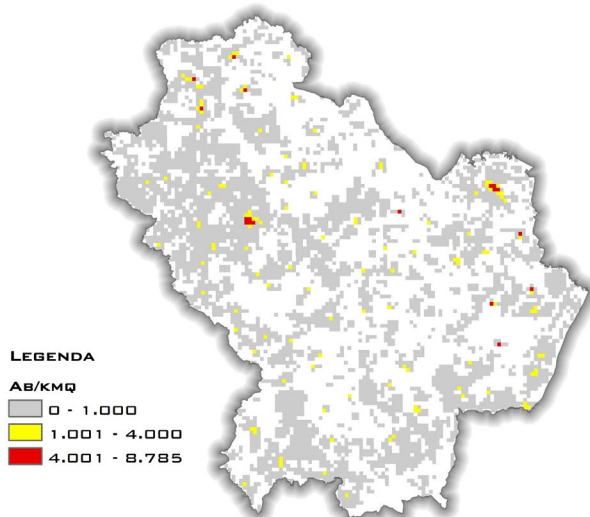
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# BASILICATA



Anche la Basilicata, come altre realtà regionali, quali il Molise o la Valle d'Aosta, non presenta addensamenti significativi. I maggiori fenomeni di addensamento si verificano in corrispondenza di Potenza, Matera e Rionero. Per il resto del territorio i valori restano molto bassi ovunque, ma sono minime le zone dove si raggiungono valori nulli.

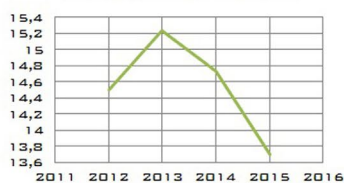
51



## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

## VARIATIONE TASSO

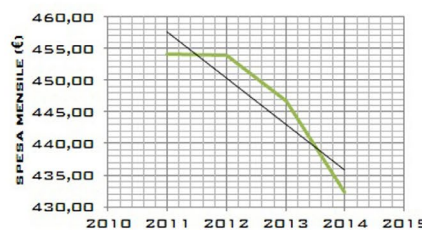


## PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
13.202 18.210  
INCREMENTO : 37,9%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
2,2% 3,1%

## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



23.598 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

21,9%

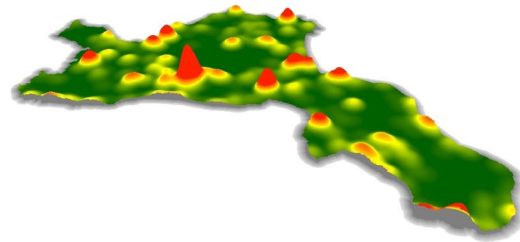
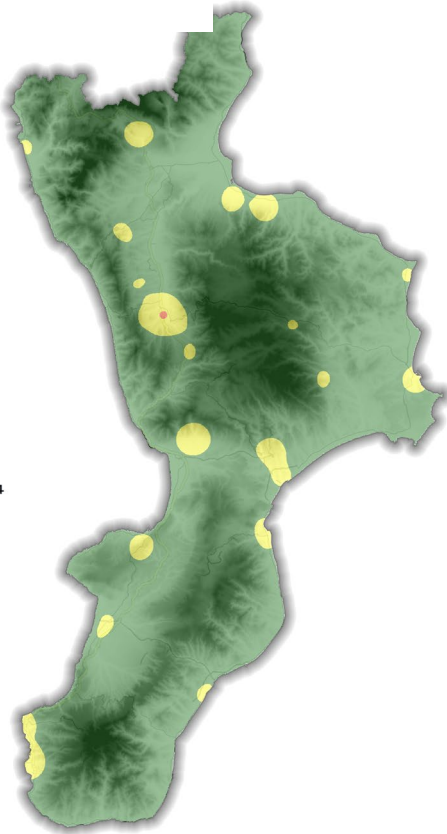
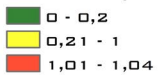
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO



# CALABRIA

## LEGENDA

## ESERCIZI/KMQ

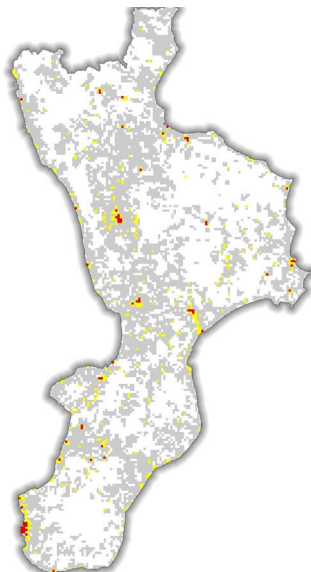
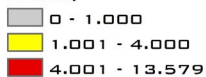


La situazione della Calabria è molto simile a quella della Puglia. A livello regionale infatti sono diverse le polarizzazioni con più di 0,2 es/kmq, ma significative sono anche le aree con valori nulli, fenomeno dovuto in parte anche alla conformazione fisica del territorio. Il valore più alto è quello di Cosenza con 1,04 es/kmq.

52

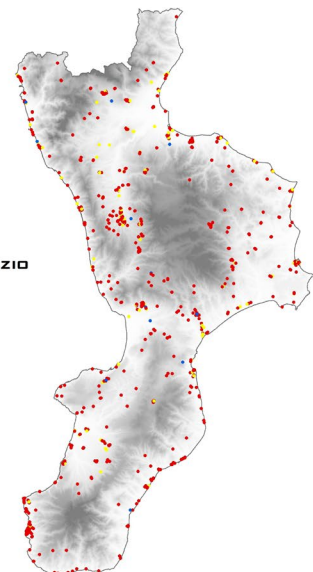
## LEGENDA

## AB/KMQ



## LEGENDA

## TIPOLOGIA ESERCIZIO



## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

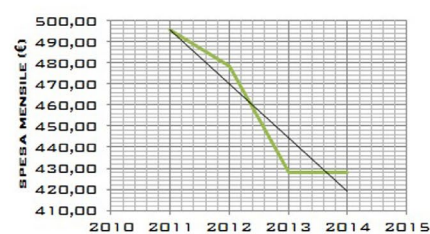
## VARIAZIONE TASSO



## PRESENZA STRANIERI



## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



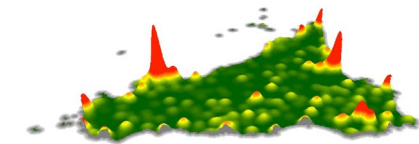
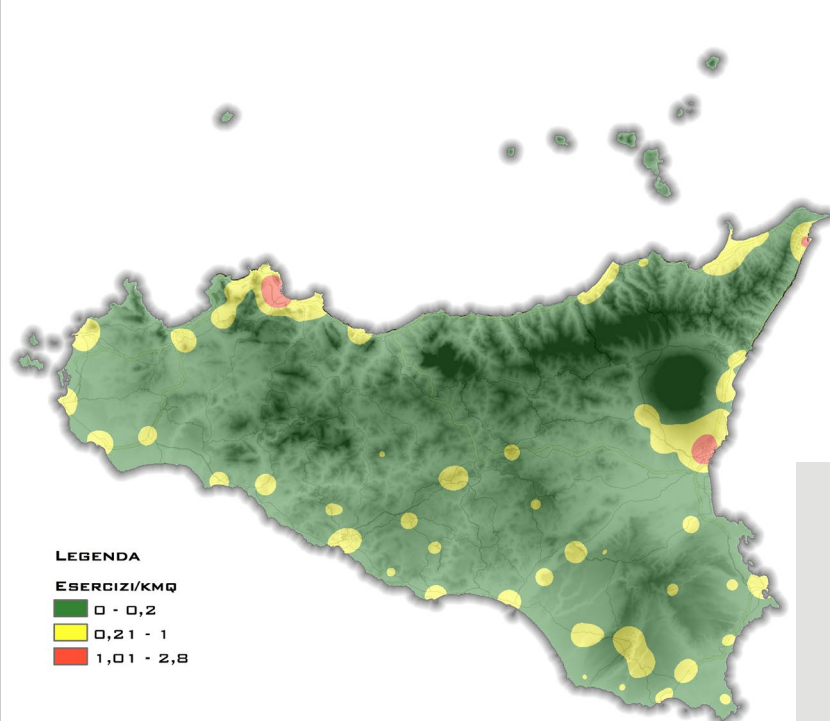
23.479 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

21,8%

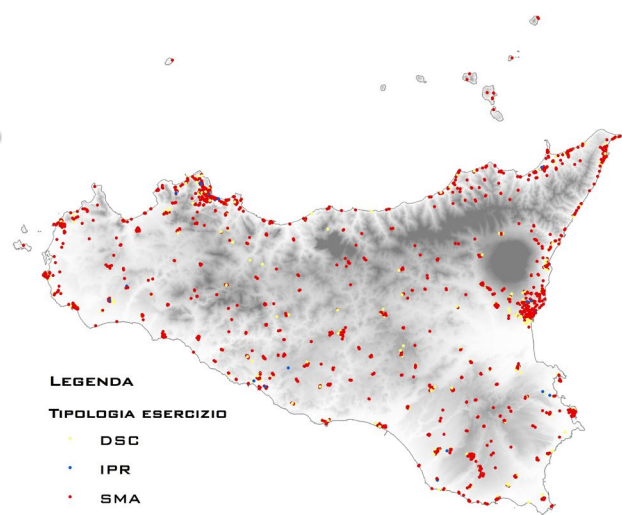
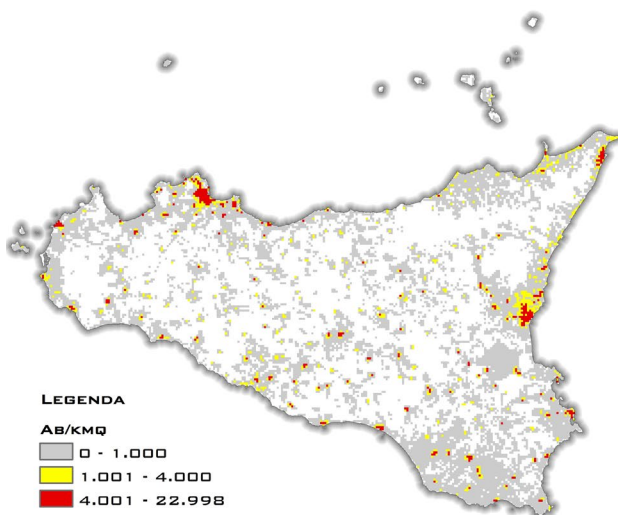
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# SICILIA



La distribuzione commerciale in Sicilia è piuttosto omogenea. Sono due le città con valori ricadenti nella terza classe, Catania e Palermo: entrambe presentano valori molto elevati ma non danno luogo a polarità come quella napoletana, romana o piemontese. Di conseguenza la regione si presenta equilibrata con molti centri aventi una media concentrazione, ma separati tra loro.

53



## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

## VARIAZIONE TASSO

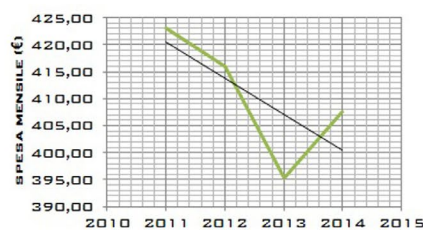


## PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
126.747 174.116  
INCREMENTO : 37,3%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
2,5% 3,4%

## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



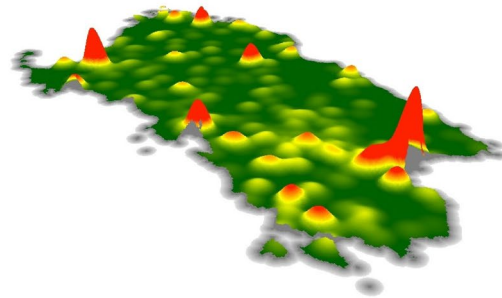
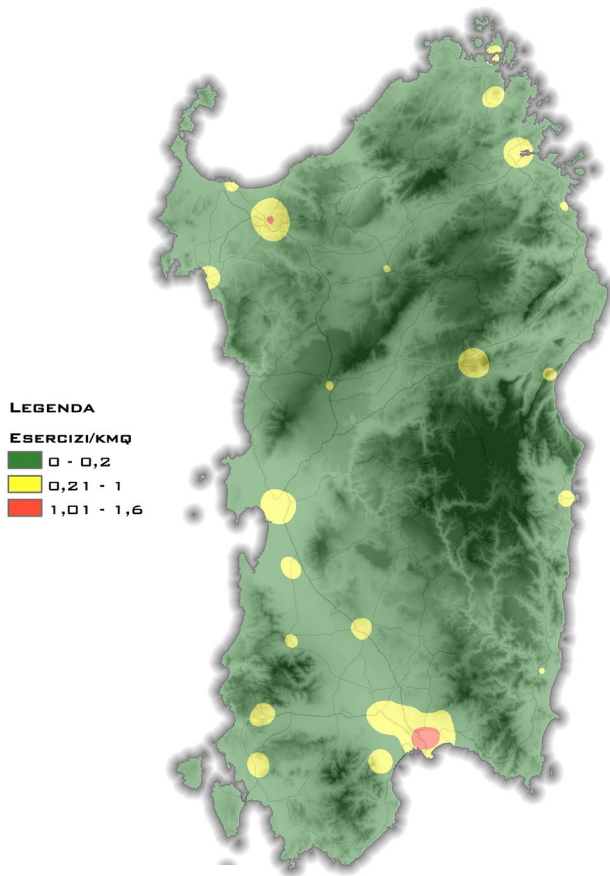
21.923 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

22,3%

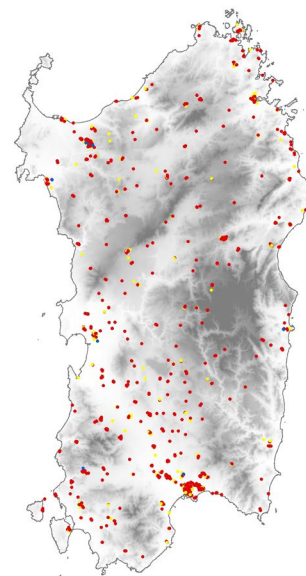
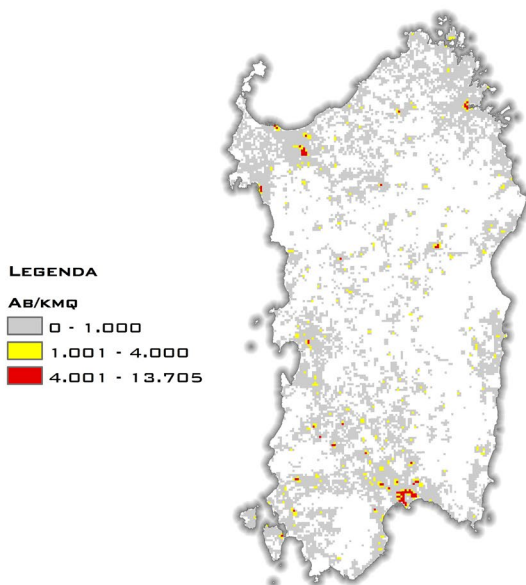
INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO

# SARDEGNA



A differenza della Sicilia, la Sardegna presenta dei valori massimi molto più contenuti. Il picco di densità si ha nella città di Cagliari, nella cui area metropolitana si trova la polarizzazione commerciale più importante dell'isola. Altri addensamenti significativi si trovano nella città di Sassari e a Oristano. In tutta la zona centrale della regione i valori restano abbastanza bassi, in alcune zone quasi nulli.

54



## STATISTICHE REGIONALI

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE

## VARIAZIONE TASSO

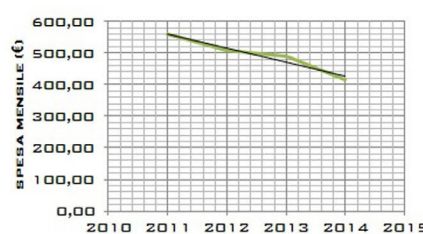


## PRESENZA STRANIERI

2012 2015  
31.101 45.079  
INCREMENTO : 44,9%

INCIDENZA STRANIERI SU POP  
2012 2015  
1,8% 2,7%

## SPESA MEDIA MENSILE FAMILIARE (FOOD)



25.663 €

REDDITO MEDIO FAMIGLIE

19,5%

INCIDENZA SPESA FOOD SU REDDITO





# SAVE THE DATE

**23-25 GENNAIO  
2017**



## DEFENCE GEOSPATIAL INTELLIGENCE CONFERENCE LONDRA

Che cos'è un DGI?

DGI è l'unico incontro annuale su larga scala in Europa per militari, leader geospaziali di intelligence civili e industriali. Più di 550 professionisti di intelligence geospaziale provenienti da 40 nazioni partecipano al DGI ogni anno per identificare tendenze, network e testare i più recenti servizi e tecnologia in Geospatial Intelligence (GEOINT), Imagery Intelligence (IMINT), Open Source Intelligence (OSINT), Social Media Intelligence (SOCMINT) e CYBINT (Cyber intelligence).

INFO UTILI

<http://dgi.wbresearch.com/>

**8-11 FEBBRAIO  
2017**



## FOSS4G-IT 2017 GENOVA

Abbiamo il piacere di comunicare che il prossimo convegno italiano su Software e Dati Geografici Free e Open Source FOSS4G-IT 2017 si terrà a Genova da mercoledì 8 a sabato 11 febbraio 2017. Per il primo anno tale convegno raccoglie insieme il XVIII Meeting degli utenti italiani di GRASS e GFOSS, il X GFOSS DAY. Lo scopo del convegno è duplice: lo scambio di informazioni ed esperienze tra utenti di dati geografici e software Free e Open Source per il trattamento delle informazioni geografiche (GIS o webGIS) e la possibilità per nuovi o potenziali utenti di scoprire le funzionalità di questi sistemi e la disponibilità di dati, ed incontrare sviluppatori ed utenti esperti.

INFO UTILI

[http://www.dicca.unige.it/geomatica/foss4git\\_2017/](http://www.dicca.unige.it/geomatica/foss4git_2017/)

**27 E 28 APRILE  
2017**



## **GISTAM 2017 3RD INTERNATIONAL CONFERENCE ON GEOGRAPHICAL INFORMATION SYSTEMS THEORY, APPLICATIONS AND MANAGEMENT**

**PORTO, PORTOGALLO**

Un punto di incontro di ricercatori e professionisti che affrontano nuove sfide di rilevamento del dato geo-spaziale, l'osservazione, l'elaborazione, la visualizzazione, la condivisione e la gestione, sia per tutti gli aspetti che riguardano sia la comunicazione di informazioni e tecnologie (ICT), così come per i sistemi informativi di gestione. La conferenza accoglie contributi originali di qualsiasi natura pratica o teorica di natura specialistica o interdisciplinare che affrontano ogni aspetto dei sistemi di informazione geografica e tecnologie.

Argomenti di conferenza:

- 1 . Data Acquisition and Processing
- 2 . Remote Sensing
- 3 . Modeling, Representation and Visualization
- 4 . Knowledge Extraction and Management
- 5 . Domain Applications

INFO UTILI

<http://www.gistam.org/>

**15-17 MAGGIO  
2017**



## **ISPRS INTERNATIONAL WORKSHOP PHOTOGRAMMETRIC AND COMPUTER VISION TECHNIQUES FOR VIDEO SURVEIL- LANCE, BIOMETRICS AND BIOMEDICINE - PSBB17**

**MOSCA, RUSSIA**

Il 2° Workshop Internazionale tecniche fotogrammetriche per la videosorveglianza, biometria e della biomedicina ha lo scopo di offrire presentazioni e discussioni di nuove realizzazioni in ricerche fotogrammetriche per la scienza biomedica e la medicina. Il workshop è il secondo dopo l'edizione di successo nel 2015. Questa volta il workshop sarà organizzato da ISPRS WG II / 5 e WG II / 10, l'Institute of Aviation System (GosNIAS, Russia) e l'Università di Geodesia e Cartografia di Mosca (MIIGAiK, Russia). Il seminario congiunto si terrà presso l'Università Statale di Mosca di Geodesia e Cartografia (MIIGAiK) a Mosca (Russia) il 15-17 maggio 2017.

INFO UTILI

<http://technicalvision.ru/ISPRS/PSBB17/>

